

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ІСТОРИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЕТНОЛОГІЇ ТА КРАЄЗНАВСТВА**

Наталія Терес

Етнотуризм

Навчальний посібник

Київ 2022

УДК: 39.379.85 (07)

*Рекомендовано до друку
вченою радою історичного факультету
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол №10 від 21 березня 2022 року).*

Рецензенти:

І. Б. Автушенко, доктор історичних наук, професор

Д. В. Кудінов, доктор історичних наук, професор

Терес Н. В. Етнотуризм. Навчальний посібник. Для здобувачів освіти денної форми навчання. Київ, 2022. 92 с.

Навчально-методичний посібник «Етнотуризм» спрямований на поглиблене вивчення науково-методологічних основ етнотуризму як міждисциплінарного навчального курсу. Головна увага приділяється етнічній складовій туристичної галузі: теоретико-методологічним аспектам теми, узагальненню історіографічних, соціально-психологічних та економічних аспектів; історико-етнографічній спадщині як важливої складової сучасного туризму.

© Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2022

© Терес Н. В. 2022

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| Вступ | 4 |
| ГЛАВА 1. СПЕЦИФІКА, ОСОБЛИВОСТІ ТА КАТЕГОРІЇ ОБ’ЄКТІВ ЕТНОТУРИЗМУ | 5 |
| 1.1. Визначення: «етнічний туризм», «етнографічний туризм» | 5 |
| 1.2. Класифікація ресурсів етнічного туризму. Етнічні ландшафти | 11 |
| 1.3. Соціально-психологічна та економічна складові етнотуризму | 19 |
| ГЛАВА 2. ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ ТА ПІДВИЩЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ТА УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД | 29 |
| 2.1. Сучасна соціальна інфраструктура українського села. Проблеми депопуляції та трудової міграції сільського населення | 29 |
| 2.2. Європейська політика та проекти розвитку в Україні сільських територій як умова підвищення їх туристичної привабливості | 35 |
| 2.3. Державна політика України з розвитку сільських територій | 45 |
| ГЛАВА 3. ЕТНОТУРИЗМ ЯК ФАКТОР ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ЕТНІЧНОЇ СПАДЩИНИ | 53 |
| 3.1. Міфологія в етнотуризмі | 54 |
| 3.2. Етнотуристичний потенціал Полтавської області | 60 |
| 3.3. Етнотуристичні «магніти» Полтавщини | 66 |
| ЗАКЛЮЧЕННЯ | 85 |
| ГЛОСАРІЙ | 86 |
| СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ | 89 |

ВСТУП

За останні десятиліття тематична різноманітність туристичних пропозицій на українському та зарубіжному ринку має сталу тенденцію до зростання. На тлі глобалізаційних процесів, уніфікації та стандартизації життя неповторність та унікальність етнічних явищ культури, традицій та духового світу, повсякденного життя набуває все більшої популярності. Відбувається різноплановий процес популяризації етнічних культур, етнічних територій, міжкультурної комунікації місцевого населення та туристів, включення місцевих спільнот до фінансово-економічної діяльності, підприємництва та оволодіння навичками надання послуг гостинності. Свідченням популярності цього виду туризму є запровадження даного навчального курсу у закладах вищої освіти, у тому числі на історичному факультеті Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Навчальний посібник «Етнотуризм» покликаний сприяти поглибленому вивченню науково-методологічних основ етнотуризму як міждисциплінарного навчального курсу, в першу чергу етнічної складової туристичної галузі, теоретико-методологічних аспектів теми, особливостей історіографічних, соціально-психологічних та економічних процесів, історико-етнографічної спадщини як важливих складових сучасного розвитку туристичної галузі.

Навчальна дисципліна «Етнотуризм» сприяє виробленню у здобувачів освіти професійних навичок, необхідних для роботи в туристично-екскурсійній та краєзнавчій сферах. Світоглядний аспект дисципліни полягає у популяризації етнотуризму як важливого інструменту міжкультурної взаємодії, соціально-економічного добробуту та збереження етнокультурної спадщини.

ГЛАВА 1. СПЕЦИФІКА, ОСОБЛИВОСТІ ТА КАТЕГОРІЇ ОБ'ЄКТІВ ЕТНОТУРИЗМУ

Розвиток етнотуризму в умовах дії як глобалізаційних, так і локалізованих чинників, базується на історичному компоненті, природних та регіональних особливостях, наявних етнокультурних ресурсах. Етнотуризм активізує ретрансляцію етнокультурних цінностей, підвищує інтерес до етнічної спадщини, сприяє збереженню історичної пам'яті, підживлює економічне життя громад, сприяє зростанню добробуту населення. Він впливає на консолідацію місцевих громад, організацію діяльності щодо покращення туристичної привабливості місцевості, її популяризації на регіональному та міждержавному рівні.

У кризові періоди розвитку суспільства етнотуризм здатен допомогти громадам та окремим громадянам у питаннях зайнятості та самозайнятості, індивідуального підприємництва. Це пояснює постійне зростання наукового інтересу до вивчення етнотуризму, який в Україні має всі підстави для успішного розвитку.

1.1. Визначення: «етнічний туризм», «етнографічний туризм»

Теоретико-методологічні аспекти розвитку етнічного туризму протягом останніх років активно досліджують українські та зарубіжні фахівці. Як міждисциплінарна проблема, етнотуризм вивчається представниками різних гуманітарних наук: філософами, туризмознавцями, істориками, економістами, географами та етнологами. Можна відзначити тенденцію до збільшення кількості праць з даної тематики та підвищення рівня наукового осмислення проблеми, урізноманітнення тематики та географії досліджень. Розвиток наукових знань про етнотуризм як світового явища дозволяє зрозуміти відмінності в поглядах і баченні місця етнотуризму в культурному просторі держав.

Зокрема, теоретико-методологічні питання рекреаційно-туристичних ресурсів України і світу досліджені в працях О. О. Бейдика, О. О. Любіцевої, І. В. Смаля та ін.¹. Питанням туристичного краєзнавства присвячені праці М. П. Крачила, В. П. Петранівського, М. Й. Рутинського та ін.².

Окремі аспекти, пов'язані з етнічними, економічними та культурно-історичними ресурсами туризму проаналізовані в працях І. М. Кулаковської³, О. І. Кузьмук⁴, Л. Д. Божко⁵, В. Рожнової та Н. Терес⁶, у збірниках статей, підготовлених за результатами всеукраїнських науково-практичних конференцій Львівського інституту економіки і туризму⁷.

Етнічний туризм іноді називають також етнографічним, оскільки етнографія («народознавство») – це наука, що вивчає культурні та побутові особливості різних народів світу, а в даному випадку турист безпосередньо знайомиться з цими особливостями та осмислює їх. Етнічний туризм виник як вид економічної діяльності, який використовується в багатьох країнах для підтримки економічного та культурного розвитку сільських регіонів і надання допомоги у збереженні культурної спадщини.

В американській та європейській науці необхідність системного вивчення етнічного туризму декларувалася ще у 1970-х роках. Прискорені

¹ Бейдик О. О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. К., 2001; Любіцева О. О., Панкова В. Є., Стафійчук В. І. Туристичні ресурси України. К., 2007; Смал І. В. Туристичні ресурси світу. Ніжин, 2010.

² Крачило М. П. Краєзнавство і туризм. К., 1994; Петранівський В. П., Рутинський М. Й. Туристичне краєзнавство. Навч. посібник. К., 2006.

³ Кулаковська І. М. Розвиток етнічного туризму на Житомирщині в часи становлення державності України / Київський національний університету культури і мистецтв // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdakk/2012_3/26.pdf

⁴ Кузьмук О. І. Культурний туризм як інструмент формування національної ідентичності // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/desember08/23.htm>.

⁵ Божко Л. Д. Культурний туризм як важливий чинник соціально-культурного розвитку регіонів України / Теорія та історія культури (філософські й культурологічні виміри) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ku/2011_32/32-1-19.pdf

⁶ Рожнова В., Терес Н. Перспективи розвитку етнотуризму: український та зарубіжний досвід // Етнічна історія народів Європи. 2013. Вип. 39.

⁷ Розвиток етнотуризму: проблеми та перспективи: [Текст]: зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених (Львів, 2–3 березня 2011 р.) / Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Львівський інститут економіки і туризму. Львів: ЛІЕТ, 2011.

урбаністичні процеси, все більше віддалення міської людини від народних традицій та природи, зацікавлення походженням, історією свого роду, інтерес до способу життя неурбанізованих спільнот спонукали до формування окремого напрямку туристичної активності – етнічного туризму.

В перших зарубіжних дослідженнях наголос робився саме на екзотичності окремих спільнот, інтересі до їхніх традицій, обрядів та матеріально-побутової культури, що становлять основу етнотуристичних подорожей.

Вперше термін «етнічний туризм» було використано у праці «Hosts and Guests» (1977, 1989) В. Сміт, яка визначила етнічний туризм як подорожі для вивчення культури та життя рідкісних чи екзотичних народностей¹. На прикладі тематичних досліджень індіанців о. Сан-Блас Панами і торайя-плем'я, що живе на півдні о. Сулавесі (Індонезія)–науковець виділила такі елементи етнотуризму, як знайомство з умовами побуту та змістом культових церемоній.

Аналізуючи погляд В. Сміт, Р. Макінтош та Ч. Гоїлднер у 1990 році визначили етнічний туризм як поїздки з метою спостереження за культурними процесами і способом життя екзотичних народів.

Таким чином, більшість існуючих досліджень етнічного туризму акцентує увагу на відвіданні екзотичних і часто периферійних територій, які включають відображення повсякденного життя невеликих, часто ізольованих, етнічних груп. «Пошук іншого», пошук етнічної екзотики, незайманої, автентичної форми становить, за П. ван ден Бергом, суть етнічного туризму².

Інші вчені наголошують, що, окрім «екзотичної» мети, етнічний туризм повинен також включати подорожі до місць народження або проживання

¹ Smith V (1989), *Hosts and Guests: the Anthropology of Tourism*, 2nd edn. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, p. 4.

² Van den Berghe, P. L. (1994), *The Quest for the Other: Ethnic Tourism in San Cristobal, Mexico*. Seattle and London: University of Washington Press, p. 8.

родичів туристів (Б. Кінг)¹. На його думку, до етнічного туризму відносяться також подорожі, основна мотивація яких полягає в «етнічному возз'єднанні родин», популярному у країнах Північної Америки та Австралії, чия новітня історія була побудована на міграції. Це також стосується й інших країн Африки, Європи та Азії.

На значенні етнотуризму у подоланні наслідків «внутрішньої колонізації» та підтримці національних рухів на прикладі Уельсу наголосила у своєму дослідженні С. Пітчфорд².

В українській науковій думці етнічний туризм в теоретико-методологічному плані ще недостатньо осмислений. З огляду на це варто проаналізувати декілька тлумачень терміну «етнічний туризм», представлених дослідженнях І. О. Бочана, І. А. Волкова, М. П. Кляпа, І. М. Кулаковської, М. Л. Орлової та ін.

Науковці здебільшого, наголошують, що етнічний туризм (ностальгічний, етнографічний туризм) є різновидом туризму, який здійснюється туристами до місць «справжнього життя» представників інших народів, з метою ознайомлення з культурою, традиціями, обрядами та ін.

І. О. Бочан розглядає етнічний туризм як важливу складову людських цінностей, як специфічний вид людської діяльності, мотивацією якої є пізнання краєзнавчих та країнознавчих ресурсів, ознайомлення з цінностями етнографічних груп у місцях їх компактного проживання на території України³. Мета етнотуризму полягає у відвіданні етнотуристичних регіонів для ознайомлення з культурою, побутом, традиціями, діалектами, кухнею, образотворчим мистецтвом місцевих жителів.

¹ King B. (1994) What is ethnic tourism? An Australian perspective, *Tourism management*, vol. 15, (3), p. 173.

² Pitchford, S. R. (1995), Ethnic tourism and nationalism in Wales. *Annals of Tourism Research*, 22(1), p. 36.

³ Бочан І.О. Вступне слово про етнотуризм // Розвиток етнотуризму: проблеми та перспективи: Зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених (Львів, 2–3 березня 2011 р.) / Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Львівський інститут економіки і туризму. Львів, 2001, с. 1.

І. А. Волкова тлумачить термін «етнічний туризм» як поїздки, що організовуються до регіонів проживання нечисленних народів, які не мають власної державності або національно-адміністративної автономії у складі інших держав. Етнокультурний туризм сприяє більш тісним зв'язкам, міжкультурному обміну, включенню малочисельних народів у світову культурну спадщину.

На думку І. М. Кулаковської, етнічний туризм – це вид поїздок, під час яких туристи вивчають певну етнічну групу населення, їх життя, особливості культури, побутові моменти, тощо. Етнотуризм має бути спрямований не лише на збагачення духовної культури, а й на виховання у молодого покоління національної самосвідомості, самоідентифікації. В рамках етнічного туризму можливе відвідування місць, де проживали предки або самі туристи, які в далекій молодості були виселені або виїхали з цих територій. Причина того, що етнічний туризм часто розглядають як ностальгічний, пов'язана, напевне, з тим, що туристи, які зацікавлені звичаями та культурою певної нації, в першу чергу, хочуть дізнатися про ті народи, з якими в них є хоча б які-небудь генетичні зв'язки. Тому неправильно поєднувати етно- та ностальгічний туризм в один напрям діяльності.

Для з'ясування сутності етнотуризму доцільно дослідити етимологію самого поняття. Розпочнемо з того, що етнос (грец. – ethnos) дослівно перекладається з давньогрецької мови як «не грек», «чужинець», «ідоловірець». Етимологічно воно означає стадо, групу (натовп) людей, народ, плем'я, рід, іноземне плем'я та ін. Сьогодні «етнос» вживається як наукове поняття та є еквівалентом давньогрецького слова "демос" (народ) у значенні специфічної міжпоколінної історико-культурної і природної, усвідомленої людьми спільноти. Тобто поняття «етнос» вживається як науковий термін для означення всіх історичних типів етнічних спільнот від племен до сучасних націй. Тому можна погодитися з думкою Л. М. Черчик і Н. В. Коленди, що етнотуризм – це вид туризму,

який передбачає знайомство з історією та особливостями культури, побуту, життя окремого народу чи національної спільноти.

Фактор у визначенні етнотуризму зазначений у дослідженні М. Л. Орлової, зокрема: «етнічний туризм – це підвид пізнавального туризму, метою якого є ознайомлення з матеріальною та духовною культурою певного етносу, що проживає зараз або проживав у минулому на відповідній території¹.

Таким чином, **етнічний туризм** – це форма туризму, яка базується на мотивації туристів у пізнанні історії, соціокультурних, етнічних особливостей народів. Тут відбувається взаємодія між місцевими носіями цього досвіду та «культурними посередниками» (туристичними менеджерами). Хоча це визначення підкреслює перспективу туриста, комплексний підхід до етнічного туризму обов'язково включає, окрім туристів, місцевих носіїв цього екзотичного досвіду, а також «культурних посередників», які сприяють взаємодії між туристами та місцевими носіями етнічної культури.

Етнічний туризм – це не просто особлива форма взаємодії між «господарями та гостями», а більш складний процес етнічних відносин, що має значні наслідки для зміни вираження етнічної ідентичності серед місцевих жителів. Характерними ознаками етнічного туризму є більша зосередженість на певній етнічній групі людей, неповторність культури яких є головним інтересом для туриста.

У науковій літературі наголошується на трактуванні відмінностей у поняттях «**етнічний туризм**» та «**етнографічний туризм**». В низці праць звертається увага на неправомірному їх ототожненні. Незважаючи на семантичну близькість цих термінів, «етнічний» має більш широке значення, яке характеризує культурні ресурси різних народів. Термін «етнографічний туризм» визначається в контексті надання туристичних послуг із залученням активно значущих елементів традиційної культури і

¹ Орлова М. Л. Ресурси етнічного туризму регіону: суспільно-географічна оцінка (на матеріалах Одеської області). Автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Спеціальність 11.00.02. – економічна та соціальна географія. Одеський нац. ун-т імені І. І. Мечникова. Одеса, 2009, с. 6.

побуту конкретних етнографічних груп¹. Етнографічний туризм передбачає включення до процесу туристичного пізнання головних «об'єктів» – місцевих жителів, знайомство з їхнім життям, культурою та формами діяльності.

У зв'язку з цим етнографічний туризм розглядається як складова етнічного туризму, якому притаманна і ностальгічна складова. Етнографічний туризм більш вузько зосереджений на певній групі людей, екзотика яких чітко позначена як головна привабливість для туриста. Важливо підкреслити елітарний характер етнографічного туризму, сприйняття об'єктів якого вимагає певного рівня культури та обізнаності. Цей вид туризму базується на досягненнях етнографічної науки та вимагає ретельного підходу до використання наукової інформації та достовірних фактів.

Етнічний туризм не вичерпується етнографічними аспектами, а звертається до порівняльного пізнання різних модерних національних культур.

1.2. Класифікація ресурсів етнічного туризму. Етнічні ландшафти

При визначенні класифікації етнічних туристичних ресурсів умовно можна виділити два підходи: ***природоцентричний та етнокультуроцентричний***. Природоцентричний напрямок розглядає етноісторичну специфіку окремої територіальної одиниці у нерозривному зв'язку з природними ресурсами. Етнокультуроцентричний базується на історії розвитку того чи іншого етносу, матеріальної та духовної культури.

В основі класифікації ресурсів етнічного туризму покладено особливості та характеристики ***етнографічних об'єктів та етнічних ландшафтів***. У своєму поєднанні вони є основою етнографічного туризму. Під

¹ Дністрянська Н. Етнографічний туризм як резерв соціально- економічного розвитку Українських і Карпат // Вісник Львівського університету, Серія географічна. 2016, вип. 50, с. 141–147; с. 141–142.

етнографічним об'єктом розуміють об'єкт матеріальної чи духовної традиційно-побутової культури, сукупність яких утворює етнічний образ народу.

Категорії етнографічних об'єктів:

- пам'ятки архітектури, які виконані у традиційному стилі і пов'язані з певним періодом розвитку культури даного етносу;
- культові споруди, що відображають конфесійну належність і характеризуються традиційними проймами в архітектурі та орнаменті;
- некрополі, цвинтарі з традиційними надгробними спорудами, надписами, орнаментами;
- традиційні житла з характерним зовнішнім виглядом, внутрішнім плануванням, традиційним інтер'єром та предметами побуту;
- поселення «етнічного типу» у місцях компактного проживання етносів, з традиційним плануванням вулиць, розташовуванням релігійних, житлових та господарських споруд;
- господарські об'єкти (колодязі, млини та ін.);
- етнографічні музеї;
- археологічні пам'ятки з етнографічною специфікою.

До **нематеріальних (духовних) етнографічних об'єктів** відносять: народні ремесла, звичаї, традиції, діалекти, фольклорну спадщину (пісні, танці, легенди), традиційну кухню; традиційну медицину, історичну топоніміку.

Часто в науковій літературі до етнічного об'єкту застосовується термін **«етнічний артефакт»**, який визначається як продукт діяльності людини, що несе на собі як етнічні матеріальні, так й етнічні символічні характеристики, передає інформацію про етнічну культуру свого творця та її користувачів.

Етнічні артефакти (об'єкти) поділяються на *археологічні* (знайдені під час розкопок) та *соціальні артефакти* (виготовлені як в минулому, так і в сучасну добу).

Класифікуються ресурси етнічного туризму як *одиночні* (етнографічна пам'ятка, легенда, пісня, ін.); *складні* (релігія, мова, вірування, традиційна кухня, ін.) та *комплексні* (етнічні ландшафти: українські, грецькі, польські, угорські та ін.)¹.

Територія проживання етнічної групи та сукупність етнографічних об'єктів формує **етнічний ландшафт**. В результаті життєдіяльності етносу, ландшафт набуває певних рис, перетворюючись на *етнічний*.

У табл. 1. представлені точки зору науковців на трактування цього терміну.

Табл. 1.

Етнічний ландшафт (визначення)

| Рік | Автор | Визначення |
|------|--------------------|---|
| 2005 | М. Д. Гродзинський | Етнічний ландшафт – це образ простору, який етнос освоїв духовно та матеріально, надавши його місцям і конфігураціям стійких символічних значень. |
| 2005 | С. П. Романчук | Етнічні ландшафти – ландшафти чи їх сполучення в межах етнічної території де переважно відбувався процес етногенезу даного етносу та які відіграли етнотворчу роль упродовж основних етапів його розвитку. |
| 2006 | Д. С. Костіна | Етнокультурний ландшафт – це інтегральне геокультурне утворення, де ведучим фактором уособлення і стійкого функціонування є традиційна етнічна культура та тісно пов'язані з нею природні фактори. Визначається їх яскраво виражена культурна уособленість та інтеграція з інокультурним середовищем. |
| 2013 | В. М. Воловик | Етнокультурний ландшафт – це антропогенний ландшафт, структура якого сформувалася під впливом моно- (поліетнічної) формації у стратах етнохронотопу і представлена сучасними історико-культурними артефактами і реліктами. |

¹ Орлова М. Л. Ресурси етнічного туризму регіону: суспільно-географічна оцінка (на матеріалах Одеської області). Автореф. дис. ... канд геогр. наук. 11.00.02 – економічна та соціальна географія. Одеський нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2009, с. 6.

Етнічні ландшафти є результатом пристосування етносів до особливостей довкілля, і проявляються у створенні певних способів природокористування.

Оскільки різноманітні етноси і природні ландшафти, то різноманітні й етнічні ландшафти. Етнічний ландшафт характеризується такими ознаками: 1) кількісне домінування відповідних *етнофорів* (індивідуальних носіїв певної етнічної культури, типових представників конкретного етносу) у складі місцевої громади; 2) наявність специфічній рис у ландшафті, створеному в результаті господарювання етнофорів.

Етнічний ландшафт формують моноетнічні населенні пункти, в яких одна національна група є домінуючою (переважає кількісно). Домінуючою етнічну групу можна назвати за умови, коли її представники складають не менше ніж 60% мешканців, а на жодну іншу етнічну громаду не припадає більше 20% мешканців. Площа такого моноетнічного населеного пункту може співпадати з відповідною площею сільської, селищної чи міської ради з прилеглими господарськими угіддями.

Наприклад: на просторі Євразії в зоні тайгових лісів від Онезького озера до Охотського моря не виникло жодного народу, жодної культури. Всі народи і культури, які там були чи присутні нині, принесені з півдня або з півночі. Чистий степ від Причорномор'я до Алтаю також не дає можливості зародження етносів. Місцями розвитку етносів є території поєднання 2-х і більше ландшафтів.

Такими місцями розвитку етносів, приклад в Євразії, є

1. На сході – при поєднанні гірського та степового ландшафтів (Центральна Азія). Гуни сформувались на лісистих схилах Іньшаня, а лише потім перемістились у монгольські степи. Монголи сформувались на схилах Алтаю.

2. На півдні – на межі степового і південного берега Криму - кримські татари.

3. На півночі – лісотундра і тундра. Циркумпольярні народи, ізольовані зоною тайги від більш південних регіонів Євразії. Там, де межі між ландшафтними регіонами розмиті і спостерігаються плавні переходи від одних географічних умов до інших, процеси етногенезу будуть менш інтенсивні.

Монотонний ландшафтний ареал стабілізує етноси, що проживають на ньому. Народи, які населяють суцільні степи, навіть дуже багаті, виявляють надзвичайно низькі можливості розвитку.

Китайський народ сформувався на берегах Хуанхе при поєднанні ландшафтів: річкового, гірського, лісового, степового. Індія, на відміну від Європи, в ландшафтному відношенні бідніша. Ландшафти плоскогір'я Декан типологічно близькі між собою, і процеси етногенезу за історичний час тут виявлені слабо. Однак у Північно-Західній Індії, де поєднуються пустелі і тропічна рослинність, сформувались 2 великих народи: раджпути – близько VIII ст. і сикхи – в XVI–XVII ст.

Окрім кількісних характеристик етнічного ландшафту важливим є показник різноманітності етнічних ландшафтів, адже існують не тільки моноетнічні райони, але й такі, які поєднують у своєму складі етнічні ландшафти різних етнічних груп.

Відповідно до етнічних груп, які проживають або проживали в межах даного ландшафту, **етнічні ландшафти поділяються на:** український; російський, болгарський, гагаузький, гуцульський, єврейський, молдовський, польський, угорський та ін. (в межах України). При цьому для розвитку етнотуризму важливо, щоб характерні риси матеріальної та духовної культури в таких ландшафтах були представлені як найвиразніше і найповніше. Для цього запропонована відповідне поняття – «етнокультурний ландшафт».

Етнокультурний ландшафт повинен мати такі властивості:

- універсальність (придатність до задоволення різних потреб людини – господарських, естетичних, відпочинкових, захисних);
- унікальність (кожен є певною мірою неповторним, має лише властиві для нього риси);
- автентичність (справжність, достовірність, базованість на натуральному ландшафтному комплексі);
- цілісність (єдність головних складових, гармонійність, збереженість усіх матеріальних компонентів, традицій етнічного природокористування, ментальних властивостей);
- сакральність;
- центрованість (яка є не тільки сукупністю центрів різної значимості й типу, а й різних типів світоглядів з позицій цих центрів);
- ієрархічність (як багаторівнева система рівнозначних місць);
- полімасштабність (визначає просторову рівнозначність місць етнокультурного ландшафту)¹.

З урахуванням різноманітності етнографічних об'єктів, територіальної нерівномірності їх представлення та стану збереженості, доречно також розглянути класифікацію етнокультурних туристичних ландшафтів, запропоновану Б. Чаплинським та А. Кібичем. Базуючись на концептуальних засадах теорії етногенезу Л. Гумільова про те, що кліматичні, географічні умови безпосередньо впливають на характер матеріальної та духовної культури етносів, вони запропонували наступну класифікацію етнокультурних ландшафтів.

Класифікація етнокультурних туристичних ландшафтів

- 1) етнокультурні ландшафти, виділені на підстави поєднання господарської діяльності та природних умов;
- 2) етнокультурні ландшафти, виділені на основі поєднання природних умов розселення, традицій та побуту;

¹ Воловик В. М. Етнокультурні ландшафти: регіональні структури і природокористування. Вінниця, 2013, с. 33.

3) етнокультурні ландшафти, виділені на підставі поєднання матеріальної і духовної культури;

4) сучасні ландшафти з елементами туристичної інфраструктури (готелі, туристичні комплекси, садиби)¹.

Потужність (насиченість) етнокультурного шару ландшафту залежить від часу освоєння та поєднання етнокультурної спадщини і сучасної культури.

В етнокультурному шарі ландшафту виділяються такі компоненти:

1) *ментифакти*, які характеризують найстійкіші елементи культури (мова, релігія, фольклор, традиції мистецтва);

2) *соціофакти*, які характеризують зумовлені культурою зв'язки між людьми структура родини, принципи виховання дітей, політичний лад);

3) *артефакти*, які опосередковано пов'язують людей з матеріальним середовищем (види виробничої діяльності, знаряддя праці, житло, одяг)².

Аналізуючи етнокультурний ландшафт як регіон треба зазначити, що етнокультурний простір характеризується різними категоріями: «територія», «район», «регіон», «місцевість», «ареал» та ін. Термін «етнічна територія» з'являється в наукових дослідженнях у 1980-х роках, завдяки міждисциплінарним дослідженням традиційної культури етнологами, географами, біологами. Регіон або район в етнічному ландшафтознавстві це складна та багаторівнева структура. Цей термін з англійської перекладається як «проводити межу», «різати».

Характеризувати етнокультурні ландшафти як регіони можливо у випадку його засвоєння етноспільнотами, які трансформують її відповідно до своїх традицій природокористування. Поняття «етнорегіон» визначається як простір концентрованого вияву етнорегіональних факторів, а саме:

¹ Чаплінський Б., Кібіч А. Проблематика етнокультурного ландшафту Гуцульщини: риси, поділ, збереження // Наукові записки Вінницького педуніверситету. Сер. Географія, 2010, вип. 21, с. 263.

² Воловик В. М. Назв. праця, с. 36.

- природних умов та ресурсів;
- особливостей історичного розвитку;
- етнічного складу регіону;
- матеріальної та духовної культури;
- регіональної ідентичності та самоідентичності.

Етнокультурні ландшафтні комплекси є «каркасом» для формування етнорегіону.

Етнокультурні ландшафти можна поділити на *місцевості*, які є ділянками етнокультурного гомогенного простору. Місцевості об'єднують центри інноваційної культури (міста) та центри традиційної етнокультури (села, селища). Корінні етноси не завжди є домінуючими в етнорегіоні, особливо це стосується полікультурних регіонів.

Етнічний туризм, який в окремих регіонах України характеризується масовістю та зростає його популярність, залежить від *фактору придатності та привабливості туристичної території*. Наявність історико-культурних та етнографічних пам'яток культури, сприятливих кліматично-природних умов є ключовими у процесі визначення придатності територій для розвитку туризму.

Етнотуристична придатність території – це сукупність наявних туристичних ресурсів, в тому числі й етнічних, розташованих в межах даної території, які в єдності надають можливість організації туристичних послуг з метою задоволення етнотуристичних потреб туристів.

Для розвитку етнотуризму на конкретній території (населеному пункті) потрібно наявність низки факторів:

- 1) природно-ресурсний потенціал території – це сукупність засобів і запасів, що використовуються для створення етнотуристичного продукту,
- 2) кількісна та якісна характеристика етнотуристичних об'єктів, які можуть бути використані в процесі розробки спеціалізованого туристичного продукту,

3) характер туристичних потоків (інтенсивний або ні) на даній території, що засвідчує рівень привабливості території для туриста та рівень включення територій до турсервісної діяльності;

4) наявність та якість існуючої туристичної інфраструктури (транспорт, зв'язок, заклади розміщення, харчування, розваг та ін.).

Етнотуристична спадщина в різних країнах використовується, в основному, у двох напрямках: 1) відвідування існуючих поселень, в яких збереглися особливості традиційної культури та побуту; 2) ознайомлення з музеями народного побуту, експозиціями, присвячених історії краю, розвитку народних ремесел, особливостям матеріальної та духовної культури.

1.3. Соціально-психологічна та економічна складові етнотуризму

Потреба в екзотичній зустрічі має враховувати величезний соціально-економічний розрив між учасниками туристичного процесу. Як доводить практика, етнічні туристи, зазвичай, приїжджають з високо урбанізованих і промислових територій; а місцеві жителі, як об'єкти туризму, як правило, представляють «четвертий світ», для якого характерне маргінальне економічне, політичне, культурне та географічне положення в країнах, в яких вони знаходяться.

Часто етнічні туристи вважають себе особливими мандрівниками, вони уникають масових курортів, демонструють інтерес до інтелектуальних та пізнавальних форм відпочинку. Фінансова доступність багатьох етнічних територій робить етнотуризм цікавим для тих категорій населення, бюджет відпочинку яких є доволі невеликим. Здебільшого, етнотуристи представляють розвинуті країни. Зустріч між етнічним туристом і корінним населенням, можливо, саме залежить від такого поділу, оскільки такий відвідувач, насамперед, шукає екзотичних відмінностей та не в останню чергу враховує економічні відмінності, навіть якщо він подорожує

з економним та обмеженим бюджетом і матеріально не належить до забезпеченої категорії населення.

Успіх стосунків між господарем і гостем часто залежить від збереження автентичності в конкретному етнокультурному середовищі. При цьому відносини з місцевим населенням повинні здаватися туристу неопосередкованими і спонтанними.

Важливо розуміти, що об'єкти етнотуристичного інтересу (перш за все це представники етнічних спільнот) неможливо «розвивати» як «туристську пам'ятку». Тим не менш, етнічний туристичний імпульс часом призводить до «модернізації» етнокультурних пам'яток, пристосуванню традицій до очікувань туристів. Для такої міжкультурної комунікації потрібні посередники (туристичні агенти), щоб врівноважити та зберегти баланс інтересів обох сторін.

Етнічний туризм є компонентом внутрішнього туризму багатьох країн. В економічно розвинених країнах він «знайомству» з культурою корінних народів цих країн. Туристичні фірми відіграють важливу роль в підготовці такого етнотуристичного продукту, реалізації маркетингових стратегій таким чином, щоб привернути увагу етнічних туристів, які як правило, є або членами домінуючої етнічної групи в своїй країні, або можуть бути амбітними представниками національних меншин, які емігрували зі своїх сіл до столичних центрів країни.

У багатьох випадках такі посередники можуть бути представниками держави. Це гіді, організатори вистав та заходів для туристів. Багато хто з них чудово розуміють бажання туриста до екзотичного та автентичного, і можуть організувати заходи, щоб вони виглядали якомога органічніше (наприклад, відвідування місцевого фестивалю, неоголошений візит або ночівля в сільському домогосподарстві та ін.).

Оскільки етнічний туризм здатний генерувати різні результати серед приймаючих груп, його слід точніше розглядати як процес етнічних відносин. Недавні дослідження з дедалі більшою послідовністю

стверджують, що етнічний туризм (разом з іншими формами туризму загалом) концептуалізується не як зовнішня сила, що впливає на місцеву етнічну чи культурну групу, а як важливий компонент самої місцевої групи.

Саме в такому напрямку нині рухаються дослідження етнічного туризму. Однак залишаються важливі питання. Світові етнічні туристи дедалі більше «не західні», тобто не є представниками провідних країн західного світу. І це викликає деякі питання щодо припущень туристичних мотивів. Адже спостерігається зниження інтересу саме до автентичного характеру етнотуристичного продукту. Наприклад, китайські етнічні туристи, здається, набагато менше стурбовані справжністю, ніж їхні західні колеги; вони також можуть бути менш стурбовані екзотикою, ніж пошуком доказів національної спадкоємності, яка характеризує етнічні відмінності.

Дослідження етнічного туризму виявили складність відокремлення туризму від інших процесів змін, що діють у глобальному, національному та локальному масштабах. Етнічний туризм може створювати проблематичне сприйняття уявлення про етнічні та культурні кордони, формування групової ідентичності та низку інших проблем, які лише зараз закріплюються в сфері досліджень туризму.

Багаторічний досвід розвитку туризму в сільських регіонах різних країн світу мав не тільки позитивні сторони, але й низку негативних впливів на життя сільських мешканців та екологічний стан територій. Реальною є загроза втрати національної самобутності територій та місцевих жителів, які є безпосередніми учасниками виробництва етнотуристичного продукту. Консервування етнокультурного простору життя мешканців може виробити іншу реальність: придуману, штучну, туристично привабливу.

Від шкідливих дій туристів страждають архітектурні пам'ятки історії та культури на місцях, заради «цивілізаційного фактору» місцеве населення змушене відмовлятися від вирощування окремих видів свійських тварин,

які «псують» ідилічну картинку місць «райського» відпочинку. Має свої наслідки прямий та опосередкований вплив туризму на природне середовище, яке при надмірному збільшенні туристичних потоків зазнає небезпечних впливів і перебуває перед загрозами забруднення або знищення.

Економічний аспект етнотуризму. Туризм може бути прибутковим для місцевих спільнот, якщо вони можуть відстояти свої економічні інтереси та налагодити бізнес-комунікацію з представниками туристичного бізнесу. У цих відносинах є декілька аспектів:

У глобальному розумінні етнографічні ресурси є важливою **духовною вартістю**, яку дії професійного менеджменту перетворюють на туристичний продукт та створюють додану вартість. На початкових етапах становлення етнотуризму, за оцінкою науковців, четверта частина всіх подорожей базувалася на інтересі туристів до «химерних» звичаїв корінних та екзотичних народів, відвідуванні цікавих в етнографічному плані поселень, спогляданні танців та церемоній, придбання оригінальних та примітивних сувенірів.¹ Відзначалася також спорадичність таких відвідувань, через що взаємовпливи місцевих жителів та гостей були слабо виражені. Перші зарубіжні праці з етнотуризму характеризувалися спрощеним баченням цього виду туризму, особливо щодо характеристики екзотичних народів як головного інтересу туристів².

Незважаючи на те, що сучасний стан туризму та рекреації в Україні характеризується нестабільністю, нестійкістю, та непрогнозованістю, фахівці туристичної сфери зацікавлені у широкому залученні етнокультурного компонента туристичних пропозицій.

Етнографічний туризм є складовою культурного туризму, який, за оцінками Всесвітньої ради туризму, складає до 37% туристичних

¹ Smith, V. (1989), *Hosts and Guests: the Anthropology of Tourism*, 2nd ed. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, p. 4.

² Hitchcock, M. (1999), *Tourism and Ethnicity: Situational Perspective*, *International Journal of Tourism Research*, 1, p. 18.

подорожей. Особливість використання етнографічної спадщини в туризмі полягає у можливостях її розширення за рахунок наукового пошуку, формування нових колекцій, організації нових тематичних експозицій в існуючих музеях, створенні приватних етнографічних музеїв, популяризації етнокультурної спадщини засобами фестивального туризму, народних обрядів, організації ярмарків та ін.

Економічний вплив етнічного туризму важко оцінити, оскільки немає системи індикаторів, завдяки яким необхідна дані та показники можна було б оцінити. Опосередковано етнічний туризм пов'язаний з галузями економіки, на які етнічний туризм має позитивний вплив.

Вплив туризму на місцеві спільноти залежить від низки параметрів.

1. Сезонність туризму та кількість туристів, що відвідують місцевість. Туристи є джерелом не тільки фінансових надходжень для місцевого населення, вони є носіями інших традицій, цінностей, манер, звичок. Інтенсивність впливів туристів на місцеве населення залежить від кількості туристів у пункті призначення. Чим більша кількість туристів, тим більший вплив, особливо в період «високого сезону», зростає ризику так званого «демонстраційного ефекту», який виникає в результаті тісної взаємодії людей, які належать до різних культур. І це може призвести до зміни соціальних цінностей¹.

Тому важливо, щоб кількість туристів у місці призначення не повинна перебільшувати допустиму кількісну межу допуску туристів на території та найбільш оптимальний термін їхнього перебування. Рівень допустимого навантаження та територію, чутливість місцевого населення до туристичного інтересу, тривалість перебування туристів та географічна концентрація відвідувачів мають сприяти сталому розвитку територій.

2. Вплив туризму на місцеві спільноти залежить від рівня культурних відмінностей між туристами та місцевим населенням. Чим більше відмінностей, тим більший вплив і тим більший прикінцевий ефект на

¹ Zadel Z., Sinisa B. (2013). Economic impact of cultural tourism. *UTMS Journal of Economics* 4 (3), p. 356.

місцеве населення, особливо у міжнародному туризмі. Через це внутрішній туризм з меншими розбіжностями сприяє швидкому і менш безболісному пристосуванню місцевого населення до внутрішніх туристів.

3. На місцеві спільноти впливають активність туристів та її види. Туристи в етнічному туризмі часом шукають «справжнього життя», «справжнього досвіду», що має не тільки позитивний але й негативний вплив на місцеве населення, який має бути зведений до мінімуму.

Вигоди туристичного бізнесу від впровадження етнотуристичного продукту

- Покращення базового турпродукту та іміджу дестинації
- Зростання туристичного попиту та тривалості перебування туристів
- Покращення рівня задоволеності туристами послугами
- Стимулювання повторного місцевого та регіонального попиту
- Відкриття нових сегментів туристичного ринку

Позитивний вплив туризму на стан етнокультури місцевих громад

- Отримання додаткових джерел доходу
- Розширення ринку послуг і поява нових категорій туристів
- Підвищення рівня професійної майстерності та менеджменту членів місцевих спільнот
- Покращення контролю за використанням етнокультурних ресурсів етнічних територій
- Зростання популярності етнокультурної спадщини

Економічний вплив етнокультури на туризм простежується на *макроекономічному та мікроекономічному рівні*. На *мікроекономічному рівні* економічна цінність етнокультури може бути визначена як група вигод для місцевої громади. На *макроекономічному рівні* цінність включення етнокультури до туристичного бізнесу відображається у стимулюванні розвитку інших галузей економіки через прямі та непрямі ефекти.

Тому рівень фінансової спроможності туристів є дуже важливим для туризму загалом і, зокрема, етнотуризму. Зазначимо, що рівень споживання етнотуристів залежить від 4 базових складових: середнього споживання, показника тривалості перебування у місці призначення;

наявної етнокультурної спадщини; етнокультурної активності в місцях туристичного відвідування.

Економічні показники окремих етнотуристичних пропозицій залежить від характеристики самого етнокультурного продукту. Наприклад, вплив етнографічного музею можливо оцінити за вартістю квитків та кількістю відвідувачів. На відміну від музеїв, вплив фестивалів, свят та інших масових етнокультурних подій важко оцінити точно, оскільки присутність туристів приносить економічну вигоду перш за все готелям, ресторанам та магазинам.

Економічні наслідки етнотуризму бувають прямими, непрямими та індукованими. Прямий дохід створюють послуги, які оплачують туристи в сфері готельно-ресторанного бізнесу, на транспорті, роздрібній торгівлі та ін., в результаті чого зростають державні доходи, рівень зайнятості. Прямий дохід отримують туристичні фірми, які продають етнотуристичний продукт. Прямі ефекти легше встановити, виміряти та контролювати.

Непрямий дохід – це вигоди, які отримують інші представники туристичного бізнесу, які задовольняють потреби туристів.

Індукований ефект – це результат прямих та непрямих доходів представників туристичного бізнесу, які отримали економічну вигоду від своєї діяльності та збільшили індивідуальне споживання товарів та послуг

Непрямі ефекти можуть бути набагато більшими, ніж прямі ефекти від реалізації етнотуристичного продукту або етнокультурних подій.

Складність виявлення економічного впливу етнокультурного продукту пояснює існування двох підходів щодо такої оцінки:

1) економічний вплив етнокультурної складової в туризмі з'ясувати неможливо через комплексний характер індустрії туризму, яка є переплетінням багатьох секторів економіки;

2) визначати економічну складову етнокультурного продукту важко, але необхідно, оскільки в процесі реалізації етнотуристичного продукту

відбувається трансформація неекономічних (у даному випадку – етнокультурних) ресурсів в економічні. Знати економічний ефект від впровадження етнотуристичного продукту важливо з огляду на потреби стратегічного планування, максимізації економічного прибутку шляхом оцінки (валоризації) етнокультурних ресурсів.

Туристичне споживання також є одним з показників задоволеності туристів етнокультурним туристичним продуктом. Споживання в етнокультурному туризмі можна визначити як максимальну суму, яку туристи готови витратити за відвідування певної етнокультурної пам'ятки. Не всі етнотуристи мають однаковий рівень споживання. Важливою особливістю учасників етнографічних турів є те, що вони, вони туристи з вищою купівельною спроможністю, Тому саме в цьому сегменті туризму споживання буде вищим, ніж в інших видах туристичних пропозицій. Тому якщо має місце низький рівень споживання при реалізації етнотуру, то це може бути наслідком неадекватної цінової політики або ж результатом невдоволення туристів рівнем запропонованих послуг, що є головним для отримання прибутків організаторами етнотурів.

Для обрахунку важливий показник середньодобових витрат туристів за певний період, співвідношення в структурі витрат основних та додаткові послуг, середньодобові витрати послуг на етнокультурні розваги та знайомство з етнічної культурою.

Наприклад, у 2018 р. було проведено масштабне соціологічне дослідження у сфері туризму Івано-Франківської області, яка входить до трійки найбільш потужних туристичних регіонів України за кількістю організованих внутрішніх туристів, організованих іноземних туристів, доходом від надання туристичних послуг. Незважаючи на те, що Прикарпаття вважається зоною рекреаційного відпочинку, найчастіше серед видів туризму респонденти зазначали культурно-пізнавальний туризм (39%). Туристи, переважно, відпочивали 3–4 дні, середньодобові

витрати українського туриста складала 1300 грн., іноземного – 2300 гривень¹.

Важливо усвідомлювати, що члени етнічних груп, як правило, активно співпрацюють з туристичними фірмами. На це спрямована державна політика, яка передбачає певні заохочення в надії підвищити місцеві доходи. Справді, етнічний туризм часто пропагується державою як каталізатор економічної інтеграції та «модернізації» серед віддаленого населення віддалених та депресивних територій, орієнтованого на види господарської діяльності, яке поки що мало додає фінансових ресурсів до державних доходів.

Етнотуризм в контексті пандемії COVID-19. Фактична зупинка туристичної діяльності в умовах пандемії COVID -19 спричинила масштабні зміни не тільки у поточній ситуації, але й у перспективних планах на майбутнє. Високий рівень захворюваності та смертності в світі спричинили появу психологічної пандемії – «пандемії страху». Багато країн зазнали обмежень на трудову діяльність та пересування громадян. Через економічні збитки від пандемії та страх захворювання, за даними соціологічного обстеження, 66% опитаних не планували відпустку у 2020 році, а серед тих, хто запланував відпочинок, близько 43% планували провести її за місцем проживання або в інших регіонах України. Тільки 9% опитаних заявили про плани на відпустку за кордоном.

Але у умовах кризи виникають і нові можливості для розвитку. В першу чергу, це потужний імпульс для розвитку внутрішнього туризму, на якій зорієнтовані громадяни провідних країн світу. Внутрішні туристи більш спокійно ставляться до можливості захворіти та потрапити на карантин в межах своєї країни, ніж за кордоном. Ця тенденція виявилася в Україні впродовж 2020–20211 рр., коли суттєво зріс потік відпочиваючих у

¹ Регіональна цільова програма розвитку туризму в Івано-Франківській області на 2021 рік. https://orada.if.ua/wp-content/uploads/2020/10/1571-37_%D0%94%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%BE%D0%BA_1.pdf

сегменті VIP-відпочинку, і зросли ціни на послуги дорогих закладів гостинності в туристичних центрах.

Поширення пандемії COVID-19 підвищило значення екологічно чистих та віддалених територій, населених пунктів з невеликою кількістю місцевих жителів та туристів. Саме тут є сприятливі умови для дотримання соціальної дистанції – головної умови в умовах пандемії. Саме на таких територіях найменш відчутними є обмеження та контроль за пересуванням,

Саме такому відпочинку: сільському зеленому туризму, етнотуризму, екстремальному туризму, відпочинку у віддалених туристичних локаціях надає перевагу значна частина туристів.

За таких обставин супутником етнотуризму є сільський зелений туризм, лісовий туризм (ягідний, грибний, відпочинковий), для подальшого розвитку якого в Україні є необхідні стартові умови.

Запитання для самоконтролю

- 1. Розкрийте основні результати теоретико-методологічного осмислення феномену етнотуризму в сучасній українській та зарубіжній історіографії.*
- 2. Визначте спільне та відмінне від категоричми «етнічний туризм» та «етнографічний туризм».*
- 3. Визначте основні категорії об'єктів етнотуризму та дайте їм характеристику.*
- 4. Дайте визначення терміну «етнічний артефакт».*

Завдання для самостійної роботи

- 1. Проаналізувати соціально-психологічні контакти туристів та місцевих жителів етнотуристичних населених пунктів (за вибором студентів).*
- 2. Дослідити вплив туризму на економічне піднесення сільських громад (за вибором студентів).*
- 3. Дайте характеристику етнічному ландшафту України (за вибором студентів).*
- 4. Зробіть аналіз наслідків пандемії COVID-19 на стан етнотуризму в українських регіонах (за вибором студентів).*

РОЗДІЛ 2. ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ ТА ПІДВИЩЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ТА УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД

2.1 Сучасний стан соціальної інфраструктури українського села.

Проблеми депопуляції та трудової міграції сільського населення

Раціональне використання ресурсів сільської місцевості України є одним з важливих компонентів розв'язання проблем економічного розвитку, збереження етнографічних традицій, народних ремесел та природного середовища. Етнотуризм є компонентом комплексного розвитку сільських територій та сільської інфраструктури, а також чинником стратегії подолання бідності на селі. Це один з видів мало масштабного туризму, як альтернатива спустошливому масовому туризму, зорієнтованому в першу чергу на економічні цілі. Розвиток етнотуризму здатен позитивно вплинути на вирішення соціально-економічних проблем села, зменшення рівня безробіття, розширення самозайнятості, підвищення культурно-освітнього рівня сільського населення, покращення благоустрою сільських садиб і сіл.

Національні традиції, традиції господарювання, пам'ятки історії та культури є важливою складовою для розвитку туризму на селі. Архітектурні комплекси малих міст та сіл України в цілому є потенційно привабливими для розвитку етнографічного туризму. Водночас сільські райони, прилеглі до міст, швидко змінюються завдяки спорудженню нового житла і формуванню нових традицій, пов'язаних з проживанням городян у приміській зеленій зоні.

Розвиток туризму в сільській місцевості залежить від багатьох факторів, етнокультурного та історичного підґрунтя, змісту та основних засад сучасної політики, економічного курсу, політики щодо охорони етнокультурного надбання та розвитку характерних в етнографічному плані територій. На туристичний бізнес в українських селах покладають

великі надії як на інструмент призупинення процесу деградації сільських територій, особливо віддалених від міських центрів. Для розвитку туристичного бізнесу на основі етнічної складової важливо знати регіональні особливості сільського розселення та комплекс сучасних соціально-економічних та демографічних проблем розвитку українських сіл.

Регіональні особливості сільського розселення. Характерною рисою мережі сільських поселень є не рівномірність розміщення по території України. Області характеризуються істотними відмінностями за показником густоти сіл, ступенем насиченості території поселеннями та рівнем їх заселення. Якщо у Львівській області кількість сіл з розрахунку на 1 тис. кв км становила по 85 сіл, Тернопільській і Хмельницькій – відповідно 74 та 69 сіл., то у Луганській, Запорізькій та Одеській областях – відповідно по 30, 34 і 33 села. Такі показники, особливо щодо відстані від населеними пунктами, впливають на формування туристичних маршрутів, можливість включити ті чи інші етнокультурні пам'ятки

Важливим фактором щодо визначення етнотуристичного потенціалу України є поняття людності населення.

На початок 2001 р. кількість сільських населених пунктів дорівнювала 28.7 тис. сіл, в яких проживало 15,8 млн. осіб або 32% всього населення України. Середній розмір населеного пункту за 1970–2000 рр. зменшився від 685 до 551 осіб, або на 19.6%. Найбільше сільських населених пунктів сконцентровано у Львівській області – 1 852. Полтавській – 1 846, Харківській – 1 684, Житомирській – 1 622. Найменша кількість сільських населених пунктів у Чернігівській області – 398; Закарпатській – 579 та Херсонській – 660 сіл¹.

Жителі більшості сіл (55,3%) зайняті у сільськогосподарському виробництві, 11,9% – працюють у різних галузях промисловості та будівництва, 4.4% – на транспорті, і 16% – у галузі освіти, охорони

¹ Соціальна інфраструктура села. Навчальний посібник /За ред. П. Т. Саблука, М. К. Скарлатого. К.: Інститут аграрної економіки УААН, 2002, с. 13.

здоров'я, державного управління. Із загальної чисельності зайнятого населення 25,6% працюють за межами свого населеного пункту, з них майже кожен другий в містах і селищах міського типу:

Сільські населенні пункти відрізняються за величиною та насиченістю об'єктами соціальної інфраструктури. Якщо на початок XXI століття середня людність сіл Закарпатської області становила 1352 особи, Чернівецької–1335, Івано-Франківської–1075 осіб, то у Харківській області – 365 осіб, Чернігівській – 344, Сумській – 306 осіб.

Сільські поселення за людністю поділяються на:

- великі села (з чисельністю населення понад 500 осіб). Також серед великих сіл виділяють найбільші (понад 5000 жителів);
- середні села (з чисельністю населення 200 – 300 осіб);
- малі села (з чисельністю населення до 200 осіб).

Серед останньої категорії виділяються дрібні села (до 50 жителів). Найбільше таких населених пунктів у Сумській області (30,5%), Чернігівській (23,99%). Харківській (23,9%), Полтавській (22,4%), Кропивницькій (31,8%), Луганській (20,2%)¹.

В науковому середовищі застосовується також загальна етимологізація сільських населених пунктів за рівнем забезпеченості підприємствами та закладами повсякденного обслуговування населення. Їх наявність або відсутність обумовлює туристичну привабливість конкретних сільських територій.

До I групи відносяться поселення з низьким рівнем розвитку інфраструктури, де є не більше 3-х об'єктів соціальної інфраструктури (магазин, клуб, фельдшерський пункт або школа). До цієї категорії відноситься 48% українських сіл; в Карпатському регіоні їх частка становить 57 відсотків. Саме в селах цієї категорії найкраще зберіглася етнокультурна спадщина, і саме вона викликає найбільше зацікавлення туристів.

¹ Соціальна інфраструктура села, с. 16.

До II групи відносяться села з середнім рівнем розвитку інфраструктури, які мають всі об'єкти галузей повсякденного обслуговування (магазин, заклади дитячого виховання та освіти) і хоча б 1 об'єкт галузей періодичного обслуговування (наприклад, відділення зв'язку). До цієї групи відноситься майже 25% сіл України.

До III групи відносяться села, які мають заклади повсякденного і періодичного обслуговування, по декілька об'єктів однієї галузі (спеціалізовані магазини, сільський клуб, краєзнавчий музей, та ін.). Такі характеристики мають 10% українських сіл.

Села, які відносяться до II та III категорій, найбільш зручні для розвитку туризму з точки зору логістики та обслуговування, але, як правило, в більшості з них етнічна культура недостатньо збережена. Тому села I категорії найбільш цікаві для організації етнотурів.

Соціально-економічні труднощі перехідного періоду болуче вдарили по сільським територіям та їхнім мешканцям. За останні десятиліття загрозливого характеру набув процес скорочення населення, депопуляції сільських територій, вимирання українських сіл. За останні двадцять років (2000–2018 рр.) відбулося різке скорочення кількості сільських мешканців: з 16,9 млн. до 13 млн. осіб.

Українські села зникають з мапи України, молодь не пов'язує своє майбутнє із сільським способом життя, орієнтуючись, перш за все, на міста та міські професії. Українські села стрімко «старішають», у малих селах непропорційно велика кількість людей похилого віку (38%).

Все більше з'являється сіл, які відносяться до категорії *занепадаючі села*. Це поселення, які відповідають одночасно трьом критеріям: 1) частка пенсіонерів становить від 50 до 65%, 2) є діти і підлітки до 16 років, 3) людність становить 50 осіб і більше.

Особливу категорію становлять так звані *деградуючі села*, загальна чисельність яких на початок XXI століття становила 7095 одиниць.

Найбільшу частку таких сіл мають Чернігівська область – 55,9%, Сумська – 50,8%, Миколаївська – 48,8%.

До категорії *вимираючих сіл* належать поселення, відповідають хоча б одному з критеріїв: 1) частка пенсіонерів становить понад 65%; 2) частка пансіонерів становить понад 50% та немає дітей і підлітків до 16 років; 3) частка пенсіонерів понад 40%, і чисельність жителів менше 5. Вимираючі поселення являють собою групу крайнього ризику. Близько 5 тисяч сіл в Україні перебувають на межі зникнення, оскільки кількість мешканців в них становить до 50 осіб.

До безлюдних належать села, що втратили постійних мешканців, але зберегли елементи життєвого середовища. Вони можуть обліковуватися або бути зняті з адміністративного обліку.

За даними Інституту демографії та соціальних відносин НАН України за 1991 – 2020 рр. в Україні щороку зникало 11 сіл; за останні роки (1998 – 2018 рр.) зникло 500 сіл, найбільше – у Сумській та Чернігівській області. Є припущення, що ця цифра є набагато більшою, адже у 2014 р. 369 безлюдних сіл не були зняті з обліку. Це свідчить про реальну перспективу скорочення сільської поселенської структури у найближчі роки на 17%.

Важливим чинником знелюднення українських сіл є *трудова міграція*. У 2014 році за межами сіл працювало 54,9% мешканців. Центрами працевлаштування, переважно, були міста (66,9%), за межами областей проживання було працевлаштоване 20%, за кордоном – 12,7% жителів сіл.

Однією з причин трудової міграції мешканців українських сіл є низький рівень доходів. За даними Держстату України, станом 2018 р. середній рівень зарплати у сільському господарстві нижчий, ніж у промисловості та торгівлі. Сільські працівники зайняті, переважно, у найпростіших професіях; високим є рівень неформальної зайнятості. У «тіньовій сфері» працює до 42,6% сільського населення. Багато домогосподарств (до 46,2%) не мають працівників взагалі.

Особливі сподівання щодо економічного піднесення українських сіл покладаються на розвиток *фермерських господарств*, які за формою організації є родинними. Загально світові тренди доводять, що саме ці види господарств виробляють до 85% обсягів світової аграрної продукції, в той час як в Україні – лише 10%. На фермерське виробництво припадає до 80% найбільш трудомісткої сільськогосподарської продукції. Домінування великих агропідприємств, в основному зернової спеціалізації, до останнього часу стримує економічне піднесення фермерства, яке сприяє не тільки економічному добробуту селян, але й збереженню етнокультурних традицій на селі.

Усвідомлюючи велику роль фермерства в сучасному житті людства, ООН оголосила 2019–2028 роки десятиліттям сімейних фермерських господарств. Родинне фермерство відкриває унікальні можливості в сільській місцевості для забезпечення продовольчої безпеки, більш раціонального користування природними ресурсами, охорони навколишнього середовища, збереження сімейних традицій та біологічної різноманітності, сталого розвитку територій, так необхідного для туристичного бізнесу.

Впродовж 2015–2021 рр. в Україні спостерігалася тенденція зростання кількості фермерських господарств. На сьогодні зареєстровано 48447 фермерських підприємств, які є основою формування заможного середнього класу на селі. 9 вересня 2021 р. Верховна Рада України ухвалила законопроект № 4046 щодо стимулювання господарств фермерів, молодших 35 років з метою надати сільській молоді реалізувати свої підприємницькі ініціативи, підвищити рівень зайнятості та збільшити кількість робочих місць, припинити міграцію молоді із сільських територій.

Загалом, сільське населення, яке надає послуги в рамках сільського зеленого туризму, є основою для співпраці з туристичним бізнесом з організації етнографічних турів. Жителі сільських населених пунктів

можуть отримувати реальні доходи від гадання послуг гідів чи екскурсоводів, організації послуг гостинності на основі кулінарних традицій, розвитку народних промислів та ремесел, підготовці етнографічних культурних програм.

2.2. Європейська та українська політика розвитку сільських територій як умова підвищення туристичної привабливості

Європейський Союз активно розвиває політику підтримки сільських територій, де проживає 27,1% населення країн-членів. До 1980-х рр. для багатьох сільських, віддалених прикордонних та гірських регіонів Європи був характерним відтік населення через вузьку спеціалізацію економіки села та слабкий її розвиток. Першочергове значення сільських районів полягало у виробництві продуктів харчування за низькими цінами. Проте згодом відбулося корегування спільної аграрної політики країн ЄС, яка характеризувалася увагою до зміцнення добробуту селян, диверсифікацією економіки сільських регіонів, створенням умов для організації дозвілля та відпочинку на селі, розвитком природоохоронної справи, збереженням історико-культурної спадщини, національної культури.

Головними документами щодо впровадження нової політики підвищення добробуту сільських регіонів є наступні: комунікація Європейської комісії «Про майбутнє сільського суспільства» (1988), доповідь Єврокомісії «Майбутнє аграрного суспільства» (1990); «Декларація сільської політики» (1995). Після вступу до ЄС країн Центрально-Східної Європи у «Програмі 2000», ухваленій на Берлінському саміті (березень 1999 р.), була запропонована стратегія на 2000–2006 рр., в якій розвиток сільських територій розглядався з позиції скорочення фінансової підтримки виробництва, переробки та експорту продуктів харчування, натомість пропонувалась альтернативна політика «другого

стовпа» (другої основи) – принципово нових підвалин розвитку села, що передбачає збалансований процес сталих економічних, соціальних, політичних, культурних змін, спрямованих на поліпшення якості життя місцевого населення в сільських регіонах.

Сучасна концепція розвитку села передбачає, перш за все, інтереси місцевого населення, успішне втілення яких призведе до зростання загальнонаціонального добробуту. Цей підхід відрізняється від практики попереднього періоду, коли загальнодержавні інтереси домінували над потребами селян. Передбачалося, що країни-члени ЄС мають розробляти та впроваджувати власні програми розвитку села залежно від особливостей регіонального та соціально-економічного розвитку, стимулювати нові види діяльності, зокрема сільський зелений та етнотуризм.

Низка європейських ініціатив з розвитку сільських територій об'єктивно сприяє соціально-економічному, культурному піднесенню та екологічному захисту. Зокрема, це «розвиток стратегій розумних сіл», ініціатива Європейського парламенту, зокрема Міжнародної групи з питань сільських, гірських, віддалених територій і розумних сіл. *Концепція розумного села* передбачає використання цифрових технологій в багатьох аспектах життя і трудової діяльності селян, ухвалення рішень в публічному і приватному секторах, вдосконалення доступу до послуг, розвиток відновлювальних джерел енергії. Концепція здійснюється в рамках реформи Спільної аграрної політики ЄС (The Common Agricultural Policy CAP), якою запущено пілотний проект «Розумні еко-села».

Цифровізація та зв'язок – важливий, але не головний компонент цієї концепції, основний наголос в якій робиться на ініціативі, спільній діяльності селян громади. В рамках програми «Interreg Alpine Space» представлено найкращі практики цього регіону (<https://smart-villages.eu/language/en/good-practices-categories/>). Створена мережа «Smart

Rural 21» («Розумні сільські території 21»
(<https://www.smartrural21.eu/villages>).

Ці ініціативи базуються на низці концепцій, зокрема концепції «Всесвітнього глобального села» філософа і культуролога Г. М. Маклюєна (1911–1980), науковця Школи комунікацій Університету Торонто, запропонованої ще у 1960-х роках. В основі концепції лежать проблеми глобалізації, розвиток цифрових технологій, проблема доступності і швидкість пересування завдяки розвитку всіх видів транспорту. Все це, на думку вченого, дозволяє розширити можливості соціальної організації населення, яке буде жити у єдиному зв'язаному електронікою світі, який стане «не більше села». Концепція «єдиного глобального села» Г. М. Маклюєна передбачала широкий доступ до інформації, миттєвий обмін досягненнями культури, вчений фактично передбачив складні глобалізаційні прояви у світовій культурі.

Увага до реалізації «Концепції розумного села» стала ще більш актуальною в умовах пандемії COVID-19, коли багато міських жителів переїхали на село з перенаселених міських центрів. Це стало можливо у багатьох випадках через існуючі можливості переходу на дистанційну роботу. Городян приваблює вищий рівень свободи пересування та соціального дистанціювання в сільській місцевості. В умовах пандемії сформувалася нова структура робочого місця, мала місце більша географічна розподіленість робочої сили. Це все стало можливим через розвиток мережі Інтернет, послуг та інфраструктури в сільській місцевості. Такі тенденції об'єктивно покращують умови для розвитку сфери туристичних послуг на селі.

Розвиток сільських територій в ЄС реалізується за рахунок Європейського сільськогосподарського фонду розвитку сільських районів (EAFRD). Впродовж 2014–2020 рр. близько 100 млрд євро було розподілене між країнами членами ЄС для розвитку сільських територій. Нині

Європейський Союз впроваджує близько 118 програм розвитку сільських територій та 20 окремих національних програм .

Європейський Союз створив та підтримує діяльність низки організацій, які займаються проблемами розвитку сільських територій та малих міст Європи.

Багато питань розвитку сільських територій розв'язуються через *Європейську мережу сільського розвитку (European Network for Rural Development)*, створену Європейською комісією у 2008 році. Вона є платформою для обміну досвідом та ідеями щодо розвитку сільських територій. Її основними учасниками є Національні сільські мережі (NRNs), владні структури країн-членів, організації сільського розвитку ЄС.

Європейська рада для сіл та малих міст (ЕКОВАСТ). (European Council for the small village and small town (ECOVAST)). Заснована у 1984 р. зі штаб-квартирою у м. Вінчестер (Велика Британія) з метою підвищення рівня життя сільських спільнот, охорони природного та культурного середовища і сільських територій Європи, сприяння збереженню і розвитку економічної, соціальної, культурної життєздатності і самобутності сільських спільнот, збереженню архітектури та культурного середовища поселень. У документі ЕКОВАСТ «Стратегія сільської Європи» акцентується увага на необхідності захисту сільських мешканців, підтримці найбільш важливих аспектів культури.

Членами ЕКОВАСТ є близько 500 осіб з 20 країн Західної та Східної Європи Національні групи та комітети організації створені в Бельгії, Чехії, Німеччині, Угорщині, Великобританії та ін. ЕКОВАСТ має консультативний статус у Раді Європи,

У другій половині 1980-х років ЕКОВАСТ відіграв значну роль у захисті сільських територій Європи, особливо у боротьбі проти програми уніфікації сіл у Румунії, питаннях вугледобування у Центральній Європі. ЕКОВАСТ організував європейські конференції з питань сільської архітектури, сільському розвитку, сільському туризму. Він є

співорганізатором «Євротуру» – туризму у сільських територіях Європи, сприяв розвитку сільського туризму в Угорщині та Польщі, реставрації пошкоджених пам'яток, створенню регіональних парків (Хорватія), відродженню сіл в Румунії та Східній Німеччині.

В Україні споріднені та близькі види туризму – етнографічний, сільський зелений, екологічний, аграрний та ін. – розвиваються як паралельно, так і взаємо поєднанні в межах конкретних населених пунктів, районів та областей.

Найкращі умови для туризму в сільській місцевості, який охоплює етнографічну та екологічну складову, на початку 1990-х років склалися Карпатському регіоні. Маючи спільний кордон зі Словаччиною, Румунією, Угорщиною, Польщею територія українських Карпат була включена до реалізації низки проектів зі сільського зеленого туризму, які мали етнічну складову або ж сприяли підвищенню обізнаності місцевих жителів в сфері гостинності та розвитку домогосподарства.

Для сприяння умовам і набуттю навичок такої діяльності була започаткована низка міжнародних фінансових та навчальних програм. В рамках програми EuropeAid–Програми розвитку інституційного партнерства (BPP), громадянського суспільства і місцевих ініціатив у 2006 р. був реалізований проект «Розвиток сталого сільського туризму – зміцнення спроможності лідерів сільського розвитку» з метою набуття знань щодо європейського досвіду організації туризму на селі, впровадження найкращих практик, створення «пілотної групи», навчання плануванню, менеджменту і втіленню запропонованих проектів.

У 2003 р. Асоціацією економічного розвитку Івано-Франківщини, Івано-Франківською обласною організацією Спілки сприяння розвитку зеленого туризму в Україні та Радою з туризму Карпатського регіону був створений Регіональний туристично-інформаційний центр (РТІЦ) – неприбуткова громадська організація, метою діяльності якої є реалізація програм розвитку туризму в Карпатському регіоні, поширення інформації про

історико-культурні та рекреаційно-туристичні ресурси регіону та ін. В результаті системної діяльності на території Івано-Франківщині створено 12 туристично-інформаційних центрів (у містах: Городенка, Долина, Калуш, Косів, Надвірна, Яремче, селах: Татарів, Богородчани та ін.).

У 2004–2008 рр. Асоціація економічного розвитку Івано-Франківщини взяла участь у втіленні важливих проектів: «Розвиток бізнес-можливостей музейної справи в Західній Україні» (2004–2005 рр.; спільно з фондом «Євразія»); «Еко-туризм в Карпатах: відпочинок з повагою до природи» (2007 р.); «Сприяння економічному розвитку жіночих ініціатив в галузі сільського зеленого туризму Івано-Франківщини» (2008 р.) та ін.

У травні 2006 р. в м. Яремче Івано-Франківської області Карпатським фондом і Асоціацією Євроакадемія (м. Афіни, Греція) було організовано Літню школу для лідерів сільського туризму.

Асоціація Євроакадемія – це європейська неурядова структура, членами якої є 15 організацій та 200 окремих осіб з Євросоюзу та сусідніх з Україною країн, діяльність яких пов'язана з сільським туризмом. Діяльність спрямована на підвищення лідерських якостей керівників сільських громад, підтримку активістів сільського туризму. Слухачами школи були представники регіональних, районних та місцевих влад, громадських організацій, менеджери сільського туризму, фермери, викладачі університетів з 14 регіонів України.

Українсько-швейцарська співпраця в Закарпатті у сфері подолання наслідків стихійних лих та реконструкції за допомогою Швейцарської Гуманітарної Допомоги (SNA) розпочалася після руйнівних повеней в цьому краї у 1998 та 2001 роках. Зусилля біли спрямовані на підтримку лісового господарства, яке є джерелом доходів місцевого населення, зокрема від туризму.

Швейцарсько-український проект розвитку лісового господарства у Закарпатті FORZA був реалізований у 2003–2008 рр. на територіях Рахівського та Хустського районів. Проект мав комплексний характер,

передбачав заходи щодо підтримки місцевої ініціативи з розвитку туристично-рекреаційного потенціалу та повністю фінансувався швейцарським урядом через Швейцарську дирекцію розвитку та співробітництва. У 2004 р. в рамках проекту розроблена концепція Закарпатського туристичного шляху – мережі туристичних шляхів, які проходять через Бескиди, Бержави, Полонину Красна, Свидовець, Чорногору та Гуцульські Альпи (Рахівські гори). Здійснювалася робота з поєднання пішохідного та сільського зеленого туризму з метою економічного розвитку регіону та, особливо, віддалених гірських сіл. Концепція розроблялася з позицій «свідомого туризму» – із збереженням природних, ландшафтних та історико-культурних особливостей краю.

У 2006–2008 рр. за сприянням проекту Forza та фонду Євразія було ознаковано більше 110 км маршруту на території Рахівського та Воловецького районів. У с. Костилівка Рахівського району з метою збереження та популяризації традиції гуцулів на полонині Берлебашка, що знаходиться на території Карпатського біосферного заповідника, силами сільради села Костилівка та за фінансової підтримки проекту Forza було створено традиційне вівчарське господарство. Воно розраховане на прийом туристів з відповідною програмою ознайомлення з полонинським господарством та гуцульською культурою.

Одним з шляхів подолання бідності на селі є розвиток та підтримка традиційних видів господарювання. Після зруйнування соціалістичної системи господарювання робота в індивідуальному господарстві стала чи єдиним джерелом доходів населення цього краю. Традиційними галузями сільського господарства Гуцульщини завжди було конярство, скотарство та вівчарство. Історично в регіоні сформувалися такі породи тварин, які добре пристосовані до специфіки місцевих природо-кліматичних та господарських умов. Це гуцульські коні, бура карпатська худоба, українські гірськокарпатські вівці. Вони відзначаються достатнім рівнем

продуктивності, добре використовують високогірні пасовища, невибагливі до умов годівлі та утримання.

Однак чисельність чистопородних тварин значно скоротилася, а відсутність програм їх вдосконалення, що поставило ці породи на межу деградації. Альтернативи їм практично немає, оскільки породи, завезені з низинних районів, дуже погано адаптуються у горах. Гуцульську породу коней, яка одержала свою назву від регіону України, де вона створена, успішно розводять у Польщі, Румунії, Словаччині, Угорщині, проте в Українських Карпатах вона практично зникла. Та ж сама ситуація з бурою карпатською худобою, українськими гірськокарпатськими вівцями.

Міжнародні організації долучилися до підтримки традиційного скотарство в цьому регіоні. Зокрема, Міжнародна благодійна фундація «Добробут громад» (МБФ ХПІ) впровадила ряд проектів у Карпатах, спрямованих на збереження унікального генофонду місцевих порід сільськогосподарських тварин «Відродження зникаючих порід на Гуцульщині» і «Агроекологічна ініціатива – відродження гуцульського коня». Метою проектів було сприяння збереженню генофонду гуцульської породи коней, бурої карпатської худоби та українських гірськокарпатських вівець, покращення добробуту населення шляхом використання коней у кінному туризмі, реалізації молочних продуктів та виробів з овечої вовни. В рамках проектів закуплено та передано сільським родинам 49 кобил гуцульської породи, 20 сідел та три брички, імпортовано з Польщі три племінних жеребця.

В рамках проекту «Демонстраційна модель сталого розвитку в Українських Карпатах», що фінансувався Фондом Євразія, сільські мешканці отримали знання про нові технології у веденні підсобних господарств, вирощування ягід та декоративних рослин на присадибних ділянках, організації переробки ягід, грибів, про організацію сільського зеленого туризму. У 2004–2005 рр. у Косівському та Рахівському районах проведено тренінги для сільських громад, розроблено 10 кінних

туристичних маршрутів, видано перший в Україні посібник з кінного туризму «У Карпати на конях» та ін.

В рамках Карпатського проекту сільські родини отримали 20 кобил, 2 племінних жеребців гуцульської породи, 60 нетелів, 200 вівець та 17 баранів, 50 бджолопакетів, а також насіння, саджанці плодкових та декоративних рослин. Наприклад, родина Івана Гуралюка із с. Вербовець Косівського району Івано-Франківської області отримала кобилу гуцульської породи, два сідла і бричку, 330 саджанців чорної смородини. Члени родини брали активну участь у навчанні з розвитку сільського господарства і сільського зеленого туризму, стали активними ініціаторами розвитку та популяризації кінного туризму на Косівщині, провели реконструкцію власної садиби, в якій приймають гостей.

У березні 2004 р. для мешканців с. Неліпине Свалявського району Закарпатської області на основі донорської програми організацією «Добробут громад» було завезено в Україну високоякісні породи кіз Альпінської і Зааненської порід для розвитку молочного козівництва; у червні 2004 р. громаді с. Кваси Рахівського району було передано 20 нетелей бурої карпатської породи.

В Автономній Республіці Крим одним з благодійних проектів було сприяння відновленню традиційної галузі тваринництва – вівчарства, яке з давніх часів було важливим джерелом доходів кримськотатарських родин. Тому для громади селища Судак було закуплено будівельні матеріали та споруджено кошару для вівець на гірському пасовищі, передано 230 голів вівець та племінних баранів цигайської породи; подаровано 3 машини для стрижки вівець і 15 ткацьких верстатів.

Створення агросадиб по всій території України стало важливим явищем, яке стимулювало розвиток туризму на селі. Наприклад, у 2000 р. М. Череп розпочав створення садиби «Соколиний хутір» у с. Петрушівка Ічнянського району Чернігівської області. Робота тривала майже 10 років, її власник розповідав: «Ми не спали більше, ніж одну – дві години на добу. Робили все

своїми руками. Довелося бути будівельниками, ландшафтними дизайнерами». Нині це приватна територія площею 5,5 га на р. Смож, яка включає декілька садиб для проживання в стилі XVIII–XX ст., є «етнографічний музей», стайня, кузня, козацький тир, літній та зимовий шинки. На спорудження комплексу були витрачені всі власні кошти господарів.

Незважаючи на те, що в Україні є Фонд підтримки індивідуального житлового будівництва на селі, селянам отримати матеріальну допомогу або кредит на розвиток бізнес-справи достатньо складно. Частково сприяло цьому програми кооперативів та кредитних спілок на селі з підтримки туристичного бізнесу. У 2003 р. Кредитна спілка «Громада» створила кооператив з розвитку сільського зеленого туризму «Оберіг Херсонщини» в рамках проекту «Розвиток села шляхом кредитної кооперації» за підтримки Міжнародної Фінансової корпорації (IFC) та канадської програми FARM, у співпраці з Асоціацією сільськогосподарських дорадчих служб України, Спілкою сприяння сільському зеленому туризму в Україні.

Були впроваджені програми та проекти, спрямовані на диверсифікацію сільськогосподарської діяльності, що б дозволило селянам отримати дохід від альтернативних видів бізнесу у туристичній сфері. Основними напрямками співпраці були: фінансування проектів з розвитку супутніх туризму видів бізнесу у сільській місцевості; організація та проведення навчальних семінарів з навичок започаткування та ведення туристичного бізнесу; розвиток лідерських навичок сільської молоді та ін.

Під час дії програми проведена «інвентаризація» місцевості села, на якій розташовані вікові хати під очеретяними стріхами, старовинний православний храм, рибальський промисел, історичні місцевості козацької доби, Чорноморський біосферний заповідник та Дніпро-Бузький лиман. «Родзинкою» майбутнього туристичного маршруту став унікальний козацький старовинний сольовий промисел. Господарі, які виявили

зацікавленість в організації «зеленої садиби», отримали необхідні знання та кредити від кредитної спілки «Громада».

Досвід показує, що у розвитку туризму на селі не існує типових рішень і проектів. Члени кооперативу «Оберіг Херсонщини» обрали стратегію розвитку сільських фестивалів та одноденних туристичних маршрутів з наданням різноманітних послуг: екскурсійних, харчування, перевезення, продаж сувенірів та ін.

Так був розроблений одноденний туристичний маршрут «Старовинний соляний промисел» у с. Геройське. Одночасно сільський осередок розробив проект створення сільських фестивалів «Солі та риби», «Старі Баби». Метою проведення таких фестивалів є пошук та збір старожитностей, виявлення обдарованих виконавців старовинних пісень, танців, фольклорних творів, майстрів народних ремесел, знавців національного костюму та традиційної кухні; організація роботи з сільською молоддю щодо збереження та популяризації української спадщини.

Члени кооперативу приймали активну участь у всіх міжнародних всеукраїнських та обласних заходах з розвитку сільського зеленого туризму з метою популяризації та переймання найкращого досвіду, був виданий зелений вісник «Оберіг Херсонщини» та кілька путівників з сільськими туристичними маршрутами та фестивалями на Херсонщині. Згодом заснували щорічний путівник «Оберіг Херсонщини – Ваш гід в історію та пригоди по еко-музею». За 4 роки діяльності кооперативом було започатковано 4 щорічних сільських фестивалі: «Солі та риби», «Старі Баби», «Дніпро-Бузькі вечорниці», «Рибальська толока». Розроблено 5 сільських туристичних маршрутів: Старовинний соляний промисел, Горностаївські святині, Червоний маяк, Олександрівські скелі, Заповідний лиман. Подібна модель розвитку сільського зеленого туризму була поширена кооперативом у 5-ти селах Херсонщини.

2.3. Державна політика України з розвитку сільських територій

За прогнозами міжнародних експертів, у 2023–2024 рр. світовий туризм має повернутися до показників розвитку, які були до пандемії COVID-19. В багатьох країнах світу, у тому числі й в Україні, відбувається перезапуск індустрії туризму, яка, за оцінками фахівців державного управління туризмом, формує до 10% ВВП України.

Незважаючи на падіння світової туристичної галузі через пандемію COVID-19 в Україні державна політика з розвитку внутрішнього туризму, складовою якого є етнотуризм, реалізується через втілення низки державних проектів. Сьогодні розвиток туризму пов'язується з ініціативою місцевих громад, синергією зусиль на місцевому рівні, адже будь-який туристичний продукт дозволяє розвивати понад 50 супутніх галузей.

Регулювання туристської діяльності в Україні відбувається на основі законів та підзаконних актів. У Конституції України у ст. 22 гарантуються права і свободи людини, у ст. 33 закріплено право людей на вільне пересування та право на вільне повернення: «Кожному, хто на законних підставах перебуває на території України, гарантується свобода пересування, вільний вибір місця проживання, право вільно залишати територію України, за винятком обмежень, які встановлюються законом»¹.

Для розвитку туризму важливе значення має Закон України «Про природно-заповідний фонд» (1992), в якому визначаються правові основи ефективного використання заповідного фонду, відтворення його природних комплексів та об'єктів. Закон визначає природно-заповідний фонд як національне надбання, щодо якого встановлюється особливий режим охорони, відтворення і використання. Цей фонд є складовою

¹ Конституція України : офіц. текст: [прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. із змінами, внесеними Законом України від 8 грудня 2004 р.: станом на 1 січня 2006 р.]. К., 2006.

частиною світової системи природних територій та об'єктів, що перебувають під особливою охороною¹.

Ухвалений Закон України «Про туризм» (1995) визначає способи здійснення туристичної діяльності, спрямованої на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, охорону здоров'я, безпеку для життя та здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та вільне пересування².

Ці положення були розвинені Законом України «Про внесення змін до закону України «Про туризм» (2004 р.), який захищає права та інтереси громадян України, які здійснюють туристичні подорожі за кордон, та іноземних туристів в Україні. В ньому передбачено мінімізацію негативних наслідків у разі виникнення непередбачених ситуацій³.

Для розвитку туристичної справи важливе значення мало визначення у даному Законі поняття екскурсійної діяльності – це подорожі, тривалість яких не перевищує 24 години у супроводі екскурсовода (гіда-перекладача), за заздалегідь складеним та затвердженим маршрутом для ознайомлення з пам'ятками історії, культури об'єктами туристичного показу та відвідувань⁴.

Подальша деталізація видів туризму була зроблена в урядовій «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року», схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 березня 2017 року № 168-р.

У документі зазначено, що агресія РФ проти України, анексія АР Крим та частини Донецької та Луганської областей, фінансово-економічні труднощі призвели до зменшення в'їзного туристичного потоку,

¹ Закон України «Про природнозаповідний фонд України» (1992 р.) //Відомості Верховної Ради України. 1992. № 34.

² Закон України «Про туризм», прийнятий Верховною Радою 15 вересня 1995 р. № 24/95. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rada.kiev.ua>

³ Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» //Відомості Верховної Ради України, 2004, № 13, с. 180.

негативно вплинули на структуру туризму, та реалізацію туристичних можливостей країни. Фактично, вдвічі до 2017 р. впала кількість в'їзних туристів, Україна втрачає позиції на світовому туристичному ринку. Створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту – пріоритетний напрямок діяльності в сфері туризму. Цим документом етнічний туризм названо пріоритетним на державному та регіональному рівні серед таких видів туризму, як міський, релігійний, сільський, гастрономічний та ін.¹

В останні роки ряд організацій активізував підтримку туристичної сфери. Зокрема, Український культурний фонд (УКФ), який за 3 роки (2019–2021) інвестував в українську культуру та туризм близько 1,5 млрд. грн. Разом з USAID у 2020–2021 рр. реалізовувалася програма «Культура. Туризм. Регіони», метою якої було підвищення стимулювання місцевого культурного розвитку та створення конкурентоспроможних культурних продуктів, туристичних маршрутів. Серед реалізованих проектів етнотуристичний характер мали наступні: «Гастромандрівка слідами українських літераторів» (Верховинська селищна рада), маршрут «Гуцульські сирні плаї» (м. Рахів Закарпатської області, смт. Верховина). «Єврейська культурна спадщина Рівненщини» – проект, спрямований на створення нового культурно-туристичного маршруту по 6 містам Рівненщини (Рівне, Острог, Дубно, Корець, Клевань, Березне). Проектом передбачено 3D моделювання зруйнованих культурних об'єктів, каталогізація кладовищ (мінімум 50 об'єктів), встановлення туристичного ознакування українською, англійською мовами та шрифтом Брайля, розробка туристичної карти. Наприклад, проект «Бокораш. Відродження забутої історії лісосплаву» (смт Вигода Івано-Франківської області) передбачає доповнення експозиції «Центру спадщини Вигодської вузькоколійки» інтерактивною інтерпретацією дерев'яного плоту та процесу лісосплаву.

¹ Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 березня 2017 року № 168- р. <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501>

Загалом, впродовж 2020–2021 рр. Український культурний фонд профінансував 21 проект з розробки культурно-історичних маршрутів, 22 проекти з підтримки локальних музеїв, 10 етнографічних фестивалів.

На покращення умов проживання на селі спрямована запропонована урядом концепція *«Нове село»*, за якою заплановано реалізувати 1600 інфраструктурних проектів. Передбачається відкрити аптеки, банківські та поштові відділення, опорні пункти поліції, пожежні пункти, сервісні та медичні центри. В селах будуть створені цифрові центри, облаштують паркові зони, дитячі майданчики та зони відпочинку. Згідно указу Президента України №497/2019 до кінця 2019 року передбачалося зробити все необхідне для розв'язання проблеми цифрової нерівності між містом і селом.

Покращення дорожньо-транспортної інфраструктури в сільській місцевості відбулося завдяки реалізації програми *«Велике будівництво»*. Впродовж 2020–2021 рр. було відремонтовано та побудовано 14 тис км автомобільних доріг, що складає 40% основних доріг України. У підсумку, це є найкращою інвестицією для розвитку туризму та покращення іміджу територій, вкрай необхідною як для територіальних громад, так і приїжджих. Важливо, що соціологічні дослідження показали, що 60% респондентів відзначають позитивні зміни в інфраструктурі України. На 2022 р. запланована модернізація міжнародних пунктів пропуску, в результаті чого передбачається збільшити їх пропускну спроможність та покращити електронне обслуговування громадян.

Для покращення туристичного потенціалу Українських Карпат передбачена реалізація проекту *«Мале карпатське коло»*, яке з'єднає ключові курортні точки Карпат на території України, Польщі та Румунії. З української сторони – це Славське, Рожанка (Верхня і Нижня), Сколе, Плай (Львівська область); Пилипець, Ізки, Синевир, Міжгір'я (Закарпатська область); Вигода, Вишків і Буковель (Івано-Франківська область). Це дасть можливість обміну туристичними потоками, зменшення часу подорожі і

відповідно збільшення інвестиційних надходжень та надходжень до місцевих бюджетів.

Підставою для початку реалізації проєктів програми *«Велика реконструкція»* є постанова Кабінету Міністрів України №1214 від 09.12.2020. Нею затверджено порядок відбору проєктів робіт з реставрації, консервації, ремонту пам'яток культурної спадщини державної форми власності, які є територіально доступними (включені до транспортної інфраструктури) та є або після реставрації зможуть стати осередками культурного життя територіальних громад. Програмою передбачено реконструкцію 150 об'єктів по всій Україні (музеїв, садиб, театрів, замків та ін.) на загальну суму до 2 млрд грн.

В рамках програми *«Велика реставрація»* у 2021 р. виділено кошти на ремонт та реставрацію 26 об'єктів комунальної власності, серед яких Полтавський краєзнавчий музей імені В. Кричевського, окремі приміщення Національного літературно-художнього музею Г. Сковороди (с. Сковородинівка Харківської області).

Проєкт *«Туристичні магніти»* ініційований Президентом України влітку 2021 р. з метою розвитку туристичної сфери України та адаптації її до стандартів ЄС. Передбачається, що кожна область України на своїй території має визначити основні «магніти», які мають реальну чи потенційну привабливість для туристів. Це історико-культурні об'єкти, історико-культурні, етнографічні та природні об'єкти, історико-культурні та етнографічні заповідники, музеї та ін. Наприклад, на Київщині таким національним магнітом визначено туристичний проєкт *«Водний маршрут Дніпром»*, який об'єднає 11 локацій, серед яких Вишгородський історико-культурний заповідник, музей Трипільської культури (с. Трипілля), музеї м. Переяслава, Шевченківські місця та ін.

Проєкт *«Мандруй Україною»* почав реалізовуватися у червні 2020 р. Міністерством культури та інформаційної політики, Державним агентством розвитку туризму. За допомогою залучення маркетингових та

інформаційно-презентаційних матеріалів до проекту було додано нові туристичні маршрути, локації об'єктів історичної та етнографічної спадщини.

Проекти транскордонного співробітництва. Від жовтня 2020 р. реалізується проект «Українсько-польське поозер'я – край легенд, відкрий та насолоджуйся незвіданим» (UPLA). Партнери проекту – гміна Влодава (Польща) та Волинська обласна адміністрація – співпрацюють над створенням спільного бренду прикордонного регіону. Бренд має відображати оригінальну характеристику регіону, де озера є найціннішим природним ресурсом. В ході реалізації проекту вивчається історія озер, приозерних районів, місцевий фольклор та звичаї.

Проект «*Етнотур: пізнай культуру транскордонних регіонів Польщі та України*» відкриває нові можливості для розвитку етнографічного туризму на основі етнокультурної спадщини лемків та ласов'яків, передбачає організацію конференцій, виставок, майстер-класів з традиційних ремесл

Реалізація проекту «*Ковбойки. Український дикий захід*» за фінансової підтримки ЄС розпочалася у 2018 р., маючи на меті створення неповторної атмосфери для розвитку місцевого туризму на території Добромільської ОТР Самбірського району Львівщини. через поєднання образу ковбоїв американського дикого Заходу та етнографічних традицій Бойківщини.

Таким чином, загальне соціально-економічне піднесення країни, областей, міст, сіл та селищ України, вдосконалення транспортної інфраструктури, реконструкція та реставрація об'єктів матеріальної спадщини безпосередньо впливають на покращення туристичного образу країни, привабливості її територій та етнокультурної спадщини.

Запитання для самоконтролю

- 1. Охарактеризуйте регіональні особливості сільського розселення в Україні.*
- 2. Як класифікуються сільські поселення за людністю населення?*

3. Які головні напрямки діяльності з підвищення туристичної привабливості регіонів впроваджуються в Європейському Союзі?
4. Визначте основні напрямки підтримки розвитку туризму на селі з боку міжнародних європейських структур.
5. Охарактеризуйте основні напрямки державної політики України з розвитку сільських територій, які безпосередньо впливають на розвиток етнотуризму.

Завдання для самостійної роботи

1. Проаналізуйте головні стратегії Європейського Союзу щодо впровадження нової політики підвищення добробуту сільських регіонів.
2. Зробіть аналіз стратегій розвитку етнотуристичного компоненту в нормативних документах обласних та міських державних адміністрацій (за вибором студентів).
3. Підготуйте дослідження на тему «Етнотуристичний потенціал малих та покинутих сіл України» (регіон за вибором студентів).

РОЗДІЛ 3. ЕТНОТУРИЗМ ЯК ФАКТОР ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ЕТНІЧНОЇ СПАДЩИНИ

Для збереження та розвиток етнічної культури особливе значення мають ряд функцій, які притаманні етнотуризму.

1. Це сприяння ознайомленню з особливостями етнокультурного життя різних народів, формуванню толерантних відносин між представниками різних культур; підвищенню культурного рівня представників місцевих спільнот та етнотуристів; створенню позитивного образу культурної різноманітності сучасного світу; здійснення позитивного впливу на культуру поведінки та стандарти міжнаціонального спілкування.

2. Розвиток етнотуризму допомагає популяризації етнографічної, історико-культурної, природної різноманітності етнографічних регіонів, охороні етнокультурної спадщини з метою збереження її для майбутніх поколінь.

3. Етнотуризм безпосередньо впливає на зацікавленість місцевих громад у збереженні та популяризації традицій народної архітектури, місцевих ремесл, народної кухні.

4. В процесі етнотуристичної діяльності формуються фінансово-економічні можливості для сталого розвитку регіонів, фінансової підтримки місцевих установ культури, етнографічних музеїв, музеїв-скансенів, окремих громадян та ін.

5. Етнотуризм сприяє створенню нових робочих місць та підвищенню рівня життя представників місцевих спільнот; стримує депопуляцію сільських територій та сповільнює трудову міграцію населення.

Використання етнокультурної спадщини в туризмі залежить від усталених поглядів на такий вид туризму в межах національних туристичних ринків країн. Історична складова, рівень урбанізації безпосередньо впливають на відбір етнотуристичних об'єктів державними та приватними структурами, визначення цільової категорії населення,

якій найбільш цікавий цей вид туризму, Для населення розвинених країн світу етнотуризм, здебільшого, – це форми культури та способу життя, які вже відійшли, які необхідно зберігати як пам'ять про національну культуру минулих століть. У такому ставленні домінують елементи ностальгії, штучності репрезентованих елементів народної культури, але при цьому й розуміння необхідності збереження національно-культурних традицій та історичної пам'яті.

Туристичний продукт етнічного характеру сьогодні трактується як простір залучення туриста до безпосередньої взаємодії з культурним середовищем. Формування етнографічних турів передбачає використання ретроспективних ідей, актуалізації стародавніх традицій, практик, звичаїв. Інший компонент етнічних турів – це елемент «шокуючого сьогодення», знайомство з незвичним етнічним середовищем, що емоційно впливає на відвідувача.

В країнах, де частина населення живе традиційним снобом життя, яке не зазнавало змін впродовж століть, етнотуристів цікавить цей нетиповий досвід організації життя та побуту. Саме в таких випадках діє різкий ефект контрасту, який зазнають відвідувачі від знайомства з аутентичним світом.

3.1. Міфологія в етнотуризмі

Важливим компонентом зацікавлення місцевістю, історією окремих спільнот є міфи, які все більш активно використовують в туристичній практиці.

Міфи є першою формою духовного опанування людиною оточуючого середовища. За своєю суттю міф не потребує доказовості, його істинність базується на авторитеті стародавності та передачі з покоління у покоління. Це семіотичний образ, який дозволяє підтримувати комунікацію між поколіннями, він має складну структуру та акумулює ряд цінностей: укоріненість, демонстративність та культурну відповідність.

Укоріненість міфу базується на традиційності, давності та авторитетності його носіїв; апелює, як правило, до стародавніх подій та давності походження. *Демонстративність міфу* підкреслює його особливість походження, неповторність, змістову унікальність. *Культурна відповідність* міфу пов'язана з можливістю за допомогою символу створити відносно логічну картину дійсності. Важливо розуміти, що міфи здатні впливати на сучасність, вони можуть «відроджуватися з попелу» або в нових умовах отримувати додаткові імпульси для існування. Особливо «живучі» міфи, в яких розповідається про можливість легкої здобичі, швидкого збагачення, швидкого отримання результату при мінімальних зусиллях. Процес міфотворчості є безперервним: при руйнуванні одних міфів, на їхньому місці постають нові.

Як інтегруюча сфера діяльності людей, туризм використовує новітні технології: гуманітарні, інформаційно-технологічні, біотехнологічні та ін. В сучасних умовах туризм вже конструює особливу соціальну реальність. Швидке зростання популярності туризму в світі, в тому числі й етнотуризму, пов'язано саме з міфами про туристичні об'єкти, країни, етнокультуру та особливості рекреації.

Поняття «етнотуристичний міф» можна розглядати як форму концептуалізації етнотуристичного простору. Міфи створюють специфічний етнотуристичний простір, який базується на штучно створених міфологізованих етнотуристичських атракціях.

Існує ряд схожих понять, наприклад, «легенда» та «міф». Термін «міф» визначається як народний переказ про якісь події чи життя людей, оповите казковістю та фанатичністю; або ж як вигадана, прикрашена розповідь про що небудь. Термін «міф» трактується як стародавня народна оповідь про явища природи, історичні події або фантастичні оповідання про богів, обожнених героїв та уявних істот.

Інші характеристики мають легенди. Етнотуристичні легенди можна класифікувати за такими критеріями:

1) за об'єктом (об'єкти живої та неживої природи; видатні особистості реальні або міфологічні; особливі місця, топонімічні назви, які несуть етнічний компонент);

2) за явищами, подіями (природні, соціальні, політичні, етнокультурні);

3) за стилем викладом (байка, переказ, казка, релігійні легенди, притча та ін.);

4) за середовищем походження (етнічний фольклор, міські легенди, професійні легенди, маркетингові легенди, художня вигадка).

Етнотуристичні легенди класифікуються також за територіальним принципом, наприклад, за місцевостями, де вони виникли, які нині є найбільш задіяні в туризмі. Особливо важливо, якщо міф або легенда розповідають про конкретний об'єкт, подію, чітко окреслену територію (населений пункт). Ступінь автохтонності легенди визначає його місце в етнотуристичній діяльності. Народні легенди та міфи складають основну частину легенд в етнотуризмі. Маркетингові легенди створюються для просування туристичного продукту, вони не мають нічого спільного з народною творчістю.

Етнотуристичні міфи бувають двох типів: *позитивні та деструктивні*. *Позитивні міфи* – підтримують моральну та естетичну сферу життя суспільства, створюють позитивні емоції, викликають інтерес до більш глибоко пізнання історії, традицій, звичаїв, вірувань, природи та місць археологічної спадщини у потенційних туристів. Позитивні міфи формують також почуття гордості, поваги, патріотизму, любові до свого краю серед місцевого населення.

Це історичні перекази, легенди, розповіді про релігійні свята, історію виданих особистостей рідного краю, історичні оповідання про пам'ятки архітектури і природи, археології. Міфи та легенди активно використовуються в туристичній індустрії, оскільки приваблюють туристів часто більше, ніж матеріальної і духовні етнокультурні пам'ятки. Більшість туристів не розділяє автентичність, правдивість, історичність з

легендою та переказом. Романтичні образи, колористика, таємничість, невідомість привабливі для туристів, навіть якщо вони не мають ніякої історичної основи. Часто так міфологеми перетворюються на кітч.

Етнотуристичний об'єкт існує як в реальності, так і логічних, інтуїтивно-емоційних зв'язках. Тому важливо знайомитися національно-етнічним та культурним середовищем з дитинства, коли легенди та перекази про народну культуру, народних героїв потрапляють на сприятливий ґрунт дитячих вражень та емоцій. Тому такі навчальні предмети, як історія, рідний край, література є базові для формування національної та історичної свідомості підростаючого покоління як споживачів туристичного продукту.

Міфологічна складова в етнотуризмі є чи не головною складовою туристичного образу територій, який привертає увагу відвідувачів, її часто використовують як основу в розробці брендів територій. В одних випадках це – історичні факти та події, прикрашені домислами. В туризмі активно використовуються такі продукти соціальної міфології, як «образ», «імідж», «бренд» окремих місцевостей, регіонів, країн, базуючись на матеріальній та духовній етнокультурній спадщині.

Етнографічні ресурси сприяють формуванню «іміджу місця» у вигляді переконань, вражень, ідей. У туриста формується ідеальний образ, який надихає купувати етнотуристичний продукт. Велике значення в цьому процесі має історична пам'ять, етнокультурна ідентифікація та запити покупців, які опосередковано використовують туроператори при продажах турів. Хоча треба розуміти, що соціальні міфи, які формують «імідж місця» не завжди співпадають з тим, що являє собою в дійсності той чи інший етнокультурний об'єкт.

Давня та історична міфологія є основою для пошуку відповідей на цікаві наукові гіпотези та припущення, надихає створення аналогій, поки що не підтверджених науковими дослідженнями. Але для створення туристично привабливого іміджу території, зацікавлення туристів історією та

культурою краю, такі народні легенди та перекази мають велике значення.

Як, наприклад, легенда про поховання гунського царя Аттіли на території Закарпаття під річкою Тисою. За легендою, його поховали у свинцевій, потім у срібній, отім у золотій труні. Для цього перегородили річку Тису, воду пустили в поля, на дні річки викопали яму, туди поклали труну і знову пустили ріку у своє русло. Після того, ті, хто його ховав, були вбиті іншими гунами, які не знали, де похований великий вождь, а потім були розстріляні з луків. І ті, що вбивали, також були вбиті, щоб не було випадковостей і ніхто ніколи не дізнався, де похований страх Божий – Атілла. Цікаво, що той час тільки на території Закарпаття можна було перегородити річку Тису¹.

Поширені на Закарпатті також місцеві перекази про вурдалаків, чаклунів, відьом, лісових духів. Саме вони впливають на формування туристичних маршрутів «містичного», «темного» туризму. Інтерес до потойбічного і містичного сприяє оформленню такого виду туризму як, наприклад, демонологічний.

Містичне та ірраціональне може стати основою туристичного розвитку окремих місцевостей. Важливо розрізняти етнокультурні міфи та окремі цікаві факти, або видумані історії, які до туризму не мають ніякого відношення. При цьому існує небезпека псевдонаукового трактування містичних легенд, фальсифікації, свідоме замовчування або викривлення подій, підміна понять з метою підвищення туристичного інтересу. Ця категорія міфів називається *деструктивною*.

Аналізуючи спрямування етнотуристичних турів, можна зробити висновок, що вони базуються на стародавніх легендах та переказах, концентруються навколо містичних «місць сили», історичних та етнографічних місцевостей, які викликають особливий інтерес. Така категорія міфів називається «міф – душа народу». Літературні твори М.

¹ Міфи та легенди Закарпатського краю. Закарпаття он-лайн. <https://zakarpattya.net.ua/News/16950-Mify-ta-legendy-Zakarpatskogo-krau>

Гоголя збірка «Вечори на хуторі біля Диканьки», куди увійшли такі твори, як «Сорочинський ярмарок», «Вечір проти Івана Купала», «Майська ніч, або Потопельниця», «Пропала грамота», «Ніч перед Різдвом», «Страшна помста» та ін.) та збірка повістей «Миргород» базувалися на українському фольклорі, міфах, легендах та переказах. Саме творчість М. Гоголя дала поштовх відродженню ще в радянський час колоритного Сорочинського ярмарку, створенню музеїв. Напередодні святкування 200-річчя з дня народження М. Гоголя у 2008 р. був сформований туристично-рекреаційний кластер «Гоголівські місця Полтавщини», який об'єднав міста, села та місцевості, пов'язані як з долею самого письменника, так і героїв його творів.

Особливу категорію становлять так звані *«маркетингові міфи»*, спрямовані на активізацію туристичного попиту, збільшення туристичних потоків. Часто ці міфи суперечать інтересам внутрішнього туризму, і таким його складовим, як внутрішній етнотуризм.

Один з головних міфів в класичному туризмі базується на тому, що для відпочинку треба виїжджати на далекі відстані. Саме цей міф найбільше використовує міжнародний туризм. На противагу цьому, внутрішній етнотуризм популяризує відпочинок та знайомство з етнокультурною в межах рідної країни, області, місця проживання.

Другий міф класичного туризму базується на пропагуванні унікальних кліматичних, природних та ландшафтних особливостей (класичний приклад – це уява про переваги відпочинку на узбережжі морів, океанів). Зазначимо, що географічне розташування України та клімат дозволяють організовуватися відпочинок в рекреаційних зонах практично в кожній області.

Туристичний бізнес пропагує тривалий відпочинок як найбільш повноцінний. Це є наступним міфом сучасного туризму. Нинішні тенденції щодо організації відпочинку дозволяють говорити про чотириразову нетривалу відпустку впродовж року як виразний тренд. Це створює умови

для збільшення саме етнотуристичних подорожей, насичених екзотикою, яскравими враженнями, знаннями про життя представників інших етнічних спільнот.

3.2. Етнотуристичний потенціал Полтавщини

Один з наймальовничіших регіонів держави, Полтавський край, водночас є унікальною скарбницею національної духовності і культури. Неповторна самобутність і краса, багата історична спадщина, шанобливо збережені давні традиції народних промислів, екологічно чисті зони та цілющі мінеральні води обумовлюють важливе значення Полтавщини як центру туризму та відпочинку.

Територія Полтавської області розташована в центральній і північно-східній частинах України, майже цілком у межах Придніпровської низовини, на лівобережжі басейну Дніпра. Виняток становить невелика ділянка площею близько 150 км² на правобережжі басейну Дніпра, в межах Придніпровської височини. Площа Полтавської області – 28 750,68 км² (6-а за своєю величиною серед областей країни – 4,8 % території України) та перевищує площу таких країн, як наприклад Ізраїль (20 770 км²), Словенія (20 253 км²).

Станом на 01.05.2019 року природно-заповідний фонд Полтавщини налічував 388 територій та об'єктів загальною площею 142,5 тис. га, що складає 4,95% від загальної площі області, з яких 30 об'єктів загальнодержавного значення, а саме: 2 національних природних парки; 20 заказників; 1 пам'ятка природи; 1 ботанічний сад; 2 дендрологічних парки та 4 парки – пам'ятки садово-паркового мистецтва. Кількість територій та об'єктів природно-заповідного фонду місцевого значення становить 358, з яких 5 – це регіональні ландшафтні парки, 157 – заказники, 134 – пам'ятки природи, 48 заповідні урочища, 1 дендрологічний парк та 13 парків – пам'яток садово-паркового

мистецтва. У 2018 році природні території у Карлівському районі площею 26,0 га оголошені ландшафтним заказником місцевого значення «Піщанка», у Зіньківському районі – комплексною пам'яткою природи місцевого значення «Кургани» (площа 0,82 га).

На території області виявлено 20 джерел мінеральних вод, які відносять до хлоридно-натрієвих, гідрокарбонатно-хлоридно-натрієвих (вуглекислих).

Найвідоміше з них – Миргородське – було відкрите ще у 1914 році. В урочищі Бутова Гора, між Яреськами і Шишаками, поблизу річки Псло, відкрите джерело, вода якого має в собі велику кількість корисних речовин для лікування хворих із зниженою кислотністю шлунку. Біля джерела побудовано завод, який випускає «Гоголівську» мінеральну воду. У селищі Нові Санжари відкрито води, які за хімічним складом близькі до джерел «П'ятигорський нарзан», «Сойми» та аналогічні водам Трускавця і Слов'янська. У глибинних горизонтах Дніпровсько-Донецької западини залягають термальні води з практично невичерпними запасами.

Полтавщина споконвіку є духовною столицею України, ця земля подарувала світу багатьох видатних політичних, громадських діячів, письменників, поетів. На сьогодні місто Полтава й Полтавська область приваблює чимало гостей, туристів своєю красою, культурою, багатою історією.

Полтавщина належить до регіонів України із самобутньою та унікальною культурною спадщиною. У Полтавській області нараховується 146 музеїв, з яких 38 комунальних, 1 національний, 1 державний та 106 закладів, які працюють на громадських засадах, зберігають близько 0,5 млн. експонатів, що належать до Музейного фонду України.

В області нараховується 2078 об'єктів культурної спадщини. У минулому році виявлено 19 нових об'єктів, розглянуто облікової документації на 42 об'єкти, 27 об'єктів Міністерством культури України внесені до

Державного реєстру нерухомих пам'яток. Паспортизовано 38 земських шкіл.

Туристам пропонується 35 туристично-екскурсійних маршрутів, спрямованих на національно-патріотичне виховання, культурно-пізнавальні напрямки, основними із яких є: «Полтава – духовна столиця України», «Полтавський період Симона Петлюри», «Літературна Полтавщина», «Стежками мандрівного філософа» (Г. С. Сковороди), «Гоголівські місця Полтавщини», «Від Скіфії до Русі», «Етнографічні туристичні маршрути, народні промисли декоративно-ужиткового мистецтва» та інші.

Серед пріоритетних напрямків розвитку туристичної галузі області є підтримка суб'єктів підприємницької діяльності туристичної галузі, які надають послуги з внутрішнього та в'їзного туризму, фахівців туристичного супроводу, які надають характерні туристичні послуги пріоритетних видів туризму, створюють додаткові робочі місця та поліпшують статистику зайнятості населення в цілому, розбудовують та удосконалюють туристичну інфраструктуру міста.

Показник відвідуваності культурно-мистецьких заходів у 2018 році становить 5631,2 тис. осіб, що на 5,5% більше у порівнянні з 2015 роком. За останні 2 роки в області створено 180 нових гуртків самодіяльної народної творчості і наразі у 4722 гуртках займаються 51,7 тис. осіб, що на 2,2 тис. більше проти 2015 року. Популярністю користуються музеї із атракціями: Національний музей-заповідник М. В. Гоголя (с. Гоголеве Шишацького району), Полтавський краєзнавчий музей імені Василя Кричевського та Національний музей-заповідник українського гончарства в Опішному, який є одним із найбільш відвідуваних туристичних об'єктів в Україні. За рік заповідник приймає близько 40 тисяч відвідувачів. У містечку працює близько 1000 гончарів, продукція яких експортувалася майже на всі континенти світу.

Національний музей-заповідник М. В. Гоголя – один із найпопулярніших туристичних об'єктів області, який входить до Всеукраїнського туристичного 89 маршруту «Гоголівські місця в Україні». Щорічно музей-заповідник відвідують близько 12,5 тис. туристів, динаміка приросту відвідувачів збільшується.

Туристичним брендом гостинності Полтавщини є Історико-культурний заповідник «Більськ» та етнофестиваль «Гелон-фест». Динаміка росту кількості відвідувачів давнього поселення позитивна. Якщо у 2018 році одночасно на території древнього міста Гелон під час етнофестивалю було 12 тис. осіб, то у 2019 році ця відмітка досягла близько 20 тис. осіб. З метою збереження унікальної археологічної пам'ятки, вивчення та популяризації Більського городища реалізується проєкт «Розбудова музею під відкритим небом» (с. Більськ) з відтворенням об'єктів житлових, промислових поселень скіфської доби.

Розвиток туристичної сфери краю базується на «Стратегії розвитку Полтавської області на період до 2020 року», нової «Стратегії регіонального розвитку Полтавської області на період 2021–2027 рр.».

Стратегія регіонального розвитку Полтавської області була розроблена на підставі Закону України «Про стимулювання розвитку регіонів», Закону України «Про засади державної регіональної політики», цілей Сталого Розвитку (ЦСР), затверджених на Саміті Організації Об'єднаних Націй зі сталого розвитку, з урахуванням проєкту Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2027 року: «Розвиток та єдність, орієнтовані на людину» та досвіду реалізації «Стратегії розвитку Полтавської області на період до 2020 року».

Туристична інфраструктура Полтавщини. Економічне пожвавлення туристичної діяльності на теренах Полтавської області спостерігалось від початку 2000-х років. В ці роки намітились чіткі тенденції до сталого зростання обсягу інвестицій в туристичну галузь області. Зокрема, за 2003–2004 роки залучено близько 18 млн грн., за 2005–2007 роки – 36 млн

грн., 2008 р. – 51 млн гривень.

Від 2000-х років відбувалося покращення існуючої туристичної інфраструктури, особливо щодо засобів проживання. На території області функціонує багато лікувально-рекреаційних заходів, зокрема 12 санаторно-курортних, 782 дитячих оздоровчих, 12 центрів активного відпочинку, 15 центрів туристичної інформації. Станом на 2020 р. в області нараховується 79 готелів різного рівня комфортності, номерним фондом на 900 місць. Ще 3500 місць можуть запропонувати власники приватного сектор.

Послуги ресторанного господарства (ресторани, кафе, бари та ін.) надають 219 суб'єктів підприємницької діяльності, але тільки 30% з них надаються послуги високого рівня якості.

Фінансування галузі в 2008 році склало 500 тисяч гривень, крім цього 800 тисяч гривень було виділено на реалізацію проекту «Створення туристично-рекреаційного кластеру «Гоголівські місця Полтавщини» (з них 300 тис. виділено обласною радою). А також на підтримку проектів підприємництва у сфері туризму з Фонду підтримки підприємництва в Полтавській області виділено ще 500 тисяч гривень.

Кількість туристичних фірм станом на 2021 р. в області зросла до 155. За даними Державної податкової адміністрації у Полтавській області до державного бюджету підприємствами області, що надають послуги з організації подорожувань за 2008 рік сплачено 645,9 тисяч гривень, до місцевого бюджету – 320,0 тисяч гривень (по податках, які контролюються податковими органами), що становить близько 0,5% економіки області.

В Полтавській області створена *мережа туристичних інформаційних центрів*, основною функцією яких є надання оперативної інформації про наявні туристичні, екскурсійні та курортно-рекреаційні послуги, інформації про заклади розміщення, харчування, поширення рекламно-інформаційної продукції. На даний час центри діють у Полтавському краєзнавчому музеї, управлінні культури Полтавського міськвиконкому,

Диканській, Миргородській, Великобагачанській райдержадміністраціях. З метою оптимізації надання туристичної інформації ведеться робота зі створення центрів туристичної інформації у місті Карлівці, на залізничних і автобусному вокзалах в місті Полтаві.

Велике значення для збільшення притоку туристів має просування обласного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках. Це завдання реалізовувалося через представництво області на всеукраїнських та міжнародних туристичних заходах. Цього року туристичний продукт області був представлений майже у двадцяти всеукраїнських та міжнародних асамблеях, ярмарках, виставках, форумах, конференціях, салонах.

Сільський зелений туризм – специфічна форма відпочинку в селі з використанням природного, матеріального та культурного потенціалу даної місцевості, пов'язаного з використанням селянського або фермерського господарства, коли проживання, харчування та обслуговування туристів забезпечує сільська родина. Саме цей вид туризму передбачає використання усього рекреаційно-туристичного потенціалу районів області. В літній сезон послуги сільського зеленого туризму надають 74 агрооселі. Саме в цьому напрямі розвивається туризм у Великобагачанському, Диканському, Миргородському, Пирятинському, Полтавському районах.

Для туристів запропоновано такі маршрути:

- «Дзвони собору», присвячений 75-м роковинам Голодомору 1932–1933 років в Україні, який проходить по основним церквам та соборам Полтавщини, пам'ятним знакам та місцях поховання жертв Голодомору;
- «Гоголем оспівана земля!» (сміт Диканька – с. Гоголеве Шишацького району – с. Великі Сорочинці – Миргород);
- «Дорогами Г. С. Сковороди» (с. Чорнухи);
- «Столиця стародавньої Скіфії – Гелон» (сміт Котельва – с. Більськ);
- «Миргород. Подорож до королеви мінеральних вод» та ін.

Цікавим для туристів є старовинне козацьке селище Келеберда, де є новозбудована церква, яка є взірцем відродження духовності та повернення нації до віри. Все більшою популярністю користуються активні види туризму – водний та кінний. Розроблені нові туристичні маршрути, зокрема водний по річкам Ворскла, Псел, Сула. Кінні туристичні маршрути діють у Великобагачанському, Чутівському, Котелевському, Миргородському, Кобеляцькому районах.

Створено банк даних інвестиційних проєктів галузі, в який увійшло 40 пропозицій з усіх районів області.

3.3. Етнотуристичні «магніти» Полтавщини

Останніми роками етнічна складова ще більш виразно простежується в туристичній діяльності на території Полтавщини. Вона поширюється на традиційно відомі центри українського народного мистецтва та побуту та археологічні ареали.

Основними осередками розвитку етнотуризму на Полтавщині є с. Більськ (археологічна територія скіфського городища VII–III ст. до н.е.), с. Степне (Полтавський музей рушника), с. Великі Сорочинці (Національний сорочинський ярмарок), с. Гоголево та с. Диканька (Гоголівські місця на Полтавщині) м. Полтава, м. Гадяч, м. Лубни, смт Велика Багачка (козацькі полкові міста, пам'ятки козацької доби). с. Великі Будища (Музей українського весілля).

Основою етнотуризму Полтавського краю є стародавні традиції народних промислів, які збережені донині та внесені до Національного переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України: «Опішнянська кераміка»; «Технологія виконання вишивки «білим по білому» селища Решетилівка Решетилівського району Полтавської області»; «Традиції рослинного килимарства селища Решетилівка Решетилівського району Полтавської області. Завдяки цьому у Решетилівці, відповідно до постанови Кабінету Міністрів України № 987

від 3 жовтня 2018 року, утворено державну установу «Всеукраїнський центр вишивки та килимарства».

Щороку на Полтавщині проводять понад 50 фестивалів, фольклорних свят, конкурсів, ярмарків та свят: «Свято Сала» (м. Миргород), «Полтавські галушки», «Борщик у горщику» (сmt Опішня). Найбільш туристично розвиненим є Миргородський район Полтавської області,

Етнографічна складова присутня у більшості турів, що пропонуються Полтавськими туристичними закладами. *Серед ТОП – 5 туристичних маршрутів Полтавщиною, більшість передбачає знайомство з об'єктами етнографічного характеру:*

1) Триденний тур «Вікенд Полтавщиною» (Полтава – Диканька – Опішня – Гоголеве – Полтава). Під час туру пропонується відвідати з музей – садибу І. Котляревського, національний музей-заповідник М. Гоголя, Національний музей-заповідник українського гончарства, гончарний ринок, Краєзнавчий музей ім. В. Кричевського.

2) Тур «Мандруємо Полтавщиною» передбачає знайомство з народними промислами Полтавщини та відвідування: Національного музею – заповідника українського гончарства, Колегіуму мистецтв в Опішному, Всеукраїнського центру виставки та килимарства, Решетилівської майстерні художніх промислів «Соломія»; Решетилівського музею ткацтва та вишивки.

3) Тур «Більське городище». Етнофестиваль «Гелон-фест» передбачає знайомство з м. Котельва, відвідування місць археологічних розкопок.

Для розвитку етнографічного туризму на Полтавщині особливе значення мають етнографічні музеї, у тому числі і музеї під відкритим небом, які знайомлять з традиційною забудовою, предметами побуту, зразками декоративно-прикладного мистецтва.

*Національний музей-заповідник українського гончарства
(Опішня, вул. Партизанська, 12)*

Створений у 1986 р. в с. Опішня Зіньківського району Полтавської обл., за дорученням Ради Міністрів України, засновано Музей гончарства. Нині музей-заповідник постає Всеукраїнським центром дослідження, збереження й популяризації гончарської спадщини України. У смт. Опішньому сформувався чисельний науковий колектив, інтелектуальний потенціал якого в сфері дослідження гончарства не має рівних в Україні. Музей підтримує творчі і наукові зв'язки з найбільшими керамічними музеями США, Франції, Великобританії, Іспанії, Португалії, Нідерландів, Німеччини, Бельгії, Італії, Швейцарії та інших країн, Міжнародною академією кераміки в Женеві, Європейським центром світової кераміки в Гертогенбоші.

Музей-заповідник виступив ініціатором створення Міжнародної асоціації музеїв кераміки. Діяльність музею-заповідника спрямована на збирання польових матеріалів, формування колекцій, наукове вивчення та популяризацію українського гончарства.

1995 р. відкрито Науково-дослідницький центр музею-заповідника, аналогів якому немає в жодному іншому музейному закладі як України, так і поза її межами. У його складі функціонує центр досліджень українського гончарства, який ініціює проведення наукових експедицій, археологічні розкопки, збирання творів кераміки.

У даний час фондові колекції представляють здобутки гончарних осередків України від найдавніших часів до наших днів. Склалася унікальна збірка глиняної іграшки. Формується колекція зарубіжного гончарства. Планується формування Гончарського етнопарку (експозиції просто неба традиційного побуту українських гончарів)¹.

На території музею-заповідника регулярно проводяться національні свята. Їх головне завдання - відтворення і збереження для майбутніх

¹ Офіційний сайт Державного музею-заповідника українського гончарства. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.opishne-museum.gov.ua/>

поколінь самобутньої культури населення Полтавщини, тобто актуалізація, насамперед, нематеріальної складової культурної спадщини.



Рис. 1. Куманець (гличик) - керамічна фігурна посудина, що використовується нині як прикраса. Джерело: <https://spadok.org.ua/narodni-promysly/shedevry-goncharnogo-mystetstva-opishni>

У 2021 р. були озвучені плани щодо створення комунального підприємства «Опішнянська артіль» з метою підготовки майстрів, здатних займатися гончарним промислом. Артіль має дбати про належні умов для праці та продажу. Діяльність артілі буде об'єднувати кілька напрямків: навчання, виробництво, промоцію та продаж. Місцем для продажу гончарних виробів стане викуплене приміщення місцевої автостанції, приміщення якої буде перероблене на гончарний ринок з ятками, виставковим залом, кав'ярнею.

Колоритність та туристичну привабливість Опішні покращало проведення у 2019 р. першого фестивалю «ОПІШНЯНА СЛИВА ФЕСТ». Проект переміг у Всеукраїнському конкурсі «Малі міста – великі враження». Мета фестивалю полягала популяризувати та створити бренд опішнянської сливи, технологія сушки якої відома ще з давніх часів, На фестивалі туристам пропонувалися пироги зі сливами, слив'янку, шпундру з

чорносливом. На проведення фестивалю Опішнянська громада отримала від організаторів конкурсу 350 тис гривень, ще 150 тис. виділив обласний бюджет. До відкриття фестивалю місцева влада здійснила великий обсяг робіт з покращення транспортної інфраструктури району.

Полтавська вишивка – туристичний «магніт»

Сплеск інтересу до популярності українського національного вбрання, особливо вишиванок, відродила «Помаранчева революція». Святковий парад «Вишиванкова хода» або «Парад вишиванок» став популярним явищем в міській культурі України, який символізує звернення тисяч людей до своєї національної ідентичності та культурних джерел. Від 2010 р. такі заходи відбуваються в столиці України – Києві, обласних та районних центрах України. Особливістю таких парадів – є надзвичайна популярність у широких верствах населення, поширеність на всіх територіях України. У Полтаві перша «Вишиванкова хода» відбувалася 14 жовтня 2011 р. до Дня козацтва. Наступного, 2012 р. студенти Полтавського НПУ вишили найдовший в Україні рушник із домотканого полотна, вироблено ще у ХІХ столітті. Довжина цього найбільшого цільного рушника, вишитого вручну, становила 7,1 м, про що зроблено запис у Книзі рекордів України.

Результатом такого громадського піднесення стало започаткування всеукраїнського свята «Дня вишиванки» (кожна друга неділя травня), покликаного зберегти споконвічні народні традиції створення та носіння етнічного вишитого одягу.

Взагалі, українська вишивка є популярною не лише в нашій країні, а й за кордоном. Чимало світових брендів використовують її у своїх колекціях одягу.

Популяризація народних виробів та використання національного вбрання в суспільно-політичному житті була надзвичайно важлива для відродження занепалих традицій. Адже організаційна структура народних художніх промислів впродовж тривалого часу поступово деградувала, у

більшості регіонів мистецькі осередки занепали, практично втрачено їх матеріально-технічну і сировинну базу. Це призвело до припинення підготовки фахівців у спеціалізованих навчальних закладах, занепали школи майстерності та мистецькі династії. Втрачено традиційні ринки збуту продукції, зруйновано фірмову торгівлю. З різних причин частина підприємств збанкрутіла і припинила існування, решта адаптувалась до роботи у ринкових умовах.

Нині спостерігаються позитивні тенденції щодо відродження та зростання популярності українських вишиваних виробів, а центри народних промислів все більше приваблюють туристів.

Полтавщина – край, що славиться своєю технікою вишивки, яка налічує близько 180 різних способів виконання. Техніка «білим по білому» постала на світ у селищі міського типу Решетилівка Зінківського району Полтавської області, поширилася на інші осередки народного мистецтва краю: Кременчук, Лубни, Великі Сорочинці, Нові Санжари, а потім дістала популярність і в інших етнічних регіонах держави: Чернігівщина, Слобожанщина, Прикарпаття.

Для Решетилівської вишивки характерна ніжна кольорова гама, пастельні тони. Найчастіше – це вишивання білим по білому геометричних орнаментів, а також поєднання їх з рослинними. Її не сплутаєш із вишивкою інших регіонів. Вона, зокрема, вирізняється чіткістю композиційної побудови, характером орнаменту і кольором. Якщо в орнаментах інших регіонів України використовується дві-три техніки, то в решетилівському – п'ять-сім. Щоб підсилити ефект вишитого – додавали нитки попелястих кольорів. Вважається, що саме полтавська вишивка є найскладнішою зі всіх українських¹.

Складність полягає у тому, що треба точно відслідковувати техніку та закономірність, як лягає нитка. Від того, як на виріб падає світло, на

¹ Роменко Л. Історія виникнення вишивки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sites.google.com/site/romenkolara>.

розміщені білі нитки, так і буде проглядатися візерунок, тому помилок в послідовності не повинно бути.

«Рідною» для полтавчанок здавна була техніка лічильна гладь, або як ще називають лиштва. Наприклад, жіночу полтавську вишиванку можна впізнати за дуже багатим, складним, та водночас ніжним за кольорами, «тонким» оздобленням рукавів¹.



Рис. 2. Традиційна вишивка «білим по білому». Джерело: <https://authenticukraine.com.ua/blog/tehnologia-vikonanna-visivki-bilim-po-bilomu-dopracovanij>

«Раніше жінки вишивали переважно взимку, тоді було менше хатньої роботи. Сидячи біля вікна, вони спостерігали за візерунками, які на вікнах малював мороз, а потім переносили їх на полотно². Цілком можливо, що саме візерунки та їх розміщення і було взято за основу з морозних вікон, проте вишивання білими нитками було поширено серед бідноти, хто не міг собі дозволити, з різних причин, фарбовані нитки.

Чисто біла сорочка, вишита білими нитками, котирувалася значно вище від звичайної і слугувала елементом як чоловічого, так і жіночого гардеробів.

¹ Полтавський художній музей. Альбом / Упорядн. К. Г. Скалацький. К., 1982, с. 78.

² Павлуш К. О. Українська вишивка: регіональний аспект // Актуальні питання культурології. Рівне: РДГУ, 2012. Вип. 12. С. 56–58.

В орнаментах вишиванок обов'язково є мережка, яка надає виробу легкості та прозорості.



Рис. 3. Технологія виконання решетилівської вишивки «білим по білому» з мережкою. Джерело: <http://virtmuseum.uccs.org.ua/ua/element/7>

Сама мережка має безліч видів: ляхівка, прутик з настилом, стовпчик, гречечка, вівсяночка, шабак, чисна й безчисна... Для решетилівської вишивки також характерні такі техніки, як вирізування, зубцювання, лиштва або гладь (пряма й навкіс), зерновий вивід, клітка, солов'їні вічка та інші. Орнамент у нас дрібненький, нагадує ніжну паморозь. За старих часів решетилівські майстрині, щоб отримати якісні білі нитки, скручували їх пасмами й клали в діжку, пересипаючи попелом із берези або вільхи, заливали гарячою водою і добу настоювали. Потім ретельно їх виполіскували й висувували. Процедуру повторювали кілька разів.

Сорочки Полтавщини вишиваються здебільшого білими, але зустрічаються і інші кольори, рідше – червоними, чорними або сірими нитками. Маніжки сорочок прикрашалися візерунком, виконаним гладдю. Безпосередньо сам візерунок обводили чорними або кольоровими

смугами. Техніка, що нею виконується більшість візерунків, називається лиштвою або ж лічильною гладдю

Однієї тільки вишивки гладдю існує понад 80 технік, «хрестик» до нас прийшов тільки у XVIII ст. з Європи. Полтавська вишивка більш мелодійна. Кольори значно приглушені. «Клинцева» лиштва, «човникова», «хмельова», «сніжкова», «яблучкова» – це лише не повний перелік узорів, що їх обирають в залежності від зображення. Стібки гладі неодмінно мають кластися вертикально та бути однакової довжини¹.

Окрім двох вже згаданих прийомів, для полтавського регіону використовують наступні: хрестик, плутаний хрестик, подвійний прутик, зубчики, мережка, прутикова мережка, виколювання, довбанка, верхоплут, ляхівка в один і більше рядів, пухлики, ланцюжки тощо. Таке різноманіття технік зумовлює велике варіанти мотивів в орнаментах².

Суто власною споконвічною особливістю полтавських вишиванок є компіляція рослинного та геометричного орнаментів. Найбільше візерунку підлягали рукава вишиванки, що утворювали собою складні тематичні композиції та густо збиралися на передпліччях. Для полтавських майстринь найпопулярнішими мотивами були «гілка», «ламане дерево»³.

Геометричний орнамент у своїй сутності складається з найпростіших фігур: трикутник, ромб, квадрат, скісний хрест, зірчасті мотиви⁴. Недарма кажуть, що на полтавську вишиванку варто дивитися пильно та подовгу, адже лише так можна побачити усю ту віртуозну палітру мотивів і образів, усю ювелірність, що її заклав у візерунок автор.

Орнаменти, виконані в різних місцях сорочки, виконувалися зазвичай різними техніками: вставки – лиштвою або вирізуванням з лиштвою,

¹ Кара-Васильєва Т. В., Чорноморець А. Д. Українська вишивка. К., 2002, с. 104.

² Кара-Васильєва Т., Чегусова З. Декоративне мистецтво України ХХ століття. У пошуках «великого стилю». К., 2005, с. 45–46.

³ Роменко Л. Історія виникнення вишивки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sites.google.com/site/romenkolara>.

⁴ Кара-Васильєва Т., Чегусова З. Назв. праця, с. 100.

рукава – вирізуванням, а пелена – пруткуванням або мережкою. Траплялися подекуди й моделі, витримані в єдиному стилі вишивки. Квітки та інші елементи рослинності стали з'являтися на одязі починаючи з того періоду, як поступово відбувалося запозичення вишивки хрестиком з Європи¹.

Державний «Всеукраїнський центр вишивки і килимарства» створено у 2018 р. для розвитку та збереження традиційних художніх народних промислів, популяризації народного надбання серед молодого покоління, відновлення забутих ремесел (полтавське ткацтво, зокрема, полтавська плахта та рушники). Нині у центрі працює 50 майстрів. У планах керівництва – створення потужної виставкової зали, де будуть представлені найкращі зразки вишитих, килимових і тканих виробів різних регіонів України. А також – налагодження роботи власного мистецько-наукового видавництва. Передбачено і в подальшому проводити майстер-класи, приймати туристів, брати участь у різних творчих заходах місцевого, обласного, всеукраїнського та міжнародного значення.

Нині національний український одяг у Решетилівці шиють в основному з білоруського льняного полотна. У ньому дуже добре переплетені волокна, що дозволяє наносити гарний рівний малюнок. Кілька років тому професійні вишивальниці поміняли, виявляється, навіть голки. Тепер майстрині використовують голки з тупими жалами. Працювати ними швидше – вони точно потрапляють у дірочки між нитками.

У Решетилівці існує кілька центрів, де вишивають білими нитками по білому полотну. Це Всеукраїнський центр вишивки і килимарства, художній професійний ліцей, Решетилівський опорний ліцей, приватна майстерня художніх промислів «Соломія». Окрім того, унікальною вишивкою займаються кілька творчих сімей.

¹ Роменко Л. Історія виникнення вишивки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sites.google.com/site/romenkolara>

Важливо, що решетилівська вишивка – вид народної творчості, який сьогодні розглядають для включення до Списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО.

Решетилівський килим – туристичний «магніт»

Ткацтво наприкінці XIX ст. робилися спроби активізувати розвиток народного ткацтва. В центральних і східних областях України – Переяславі-Хмельницькому, Решетилівці, Кролевці, Дігтярях при губернських земствах організовано зразкові ткацькі майстерні та школи. Був створений показовий пункт у Решетилівці з 1905 р. – Решетилівський ткацький навчально-показовий пункт¹.

Цей процес посилювався ще й насильницькою колективізацією українських сіл, різким скороченням вівчарства, посівів льону і конопель, які були сировинною базою домашнього ткацького виробництва. Особливо швидко цей процес відбувався у центральних і східних областях України, значно повільніше – на Поліссі і в Карпатському регіоні. Внаслідок нестачі сировини власного виготовлення ткалі почали застосовувати фабричну бавовняну пряжу (бамбак, памут, заполоч), вовняну (волічку, бавину), а також шовкові та металеві нитки.

У 20–30-х роках у всіх раніше діючих осередках ткацтва були створені артілі з виготовлення тканин. У 60-х роках більшість з них об'єднали, укрупнили, реорганізували у фабрики та художньо-виробничі об'єднання. Значна частина цих підприємств народних художніх промислів діє і в наш час.

Виробляють тканини на значно удосконалених горизонтальних верстатах, які мають пристрій для піднімання й опускання ниток основи, рівномірного розташування її по всій ширині та прибивання ниток

¹ Варивончик А. В. Історія полтавського виробничо-художнього об'єднання імені Клари Цеткин. 36. наук. праць; вип. XXXIII. К., 2014. С. 61–62.

пiткання. Тканини виготовляють переплетенням двох систем ниток – основи i утка (пiткання) з допомогою рiзної кiлькостi пiднiжок¹.

За сировиною тканi вироби бувають ллянi, коноплянi, вовнянi, бавовнянi та змiшанi – комбiнованi (при виготовленнi тканини iнодi поєднували два i бiльше видiв пряжi – лляну i конопляну, лляну, вовняну та бавовняну тощо).

За технiкою виготовлення розрiзняють полотнянi тканини; саржевi – ремiзно-човниковi (чиноватi); перебрiрнi («заборовi»); килимовi; ворсовi².

Килими Полтавщини зi складним живописно-колористичним началом, iх рослиннi мотиви пишнi та монументальнi, найчастiше розмiщенi на блакитному або золотавому тлi. Наприклад, якщо брати колоритi килимiв кийського рeгiону, то тут переважають чорнi, брунатнi, рожевi кольори.

Найбiльшого розвитку килим з рослинним орнаментом набув на Полтавщинi. Так, у решетилiвських килимах спостерiгається значна рiзноманiтнiсть композицiй з ритмiчним укладом стилiзованих i водночас мальовничо трактованих квітiв, листя, галузок, якi легко i вiльно стеляться на свiтлому тлi. Центральна площина килима облямована з усiх бокiв темною смугою, на якiй суцiльно укладенi галузки чи гiрлянди квітiв. Колорит соковитий, утворений м'якими тональними переливами пастельних охристих, сiрувато-голубуватих тонiв, якi поєднуються з незначною кiлькiстю зелених, вишневих, червоних та жовтих кольорiв.

Одним iз провiдних килимарних пiдприємств Центральної України у 1950–80-х рр. була Решетилiвська фабрика художнiх виробiв iменi Клари Цеткiн. Створенi тут килими удостоєнi багатьох мiжнародних вiдзнак, широко експонованi на мiжнародних виставках³.

Досить вiдомi решетилiвськi майстри, якi робили кожен свiй внесок у розвиток килимарства. Найвiдомiшим серед килимарiв, про кого

¹ Когут Г. Килимарство// История декоративного искусства Украины: У 5 т. Т. 2. Искусство XVII–XVIII ст. К., 2007. С. 40.

² Нечипоренко С. Декоративні тканини та килими України: Альбом-посiбник. К., 2005. С. 49.

³ Суха Л. М. Артiль iм. Клари Цеткiн в Решетилiвцi Полтавської облaстi // Матерiали з етнографiї та мистецтвознавства. 1961. № 6. С. 4.

відзиваються всі майстри з шанобою – це Товстуха Леонід Самійлович (1930–2010), автор більше 140 оригінальних килимів-гобеленів. Учасник багатьох всеукраїнських і зарубіжних виставок. Його твори експонувались у Сирії, Франції, Бельгії, Болгарії, США, Канаді, Китаї, Латвії, Литві та зберігаються у двадцяти одному музеї країни, громадських будівлях як України, так і зарубіжжя, в приватних колекціях. З 1962 по 2003 рр. працював директором Решетилівської фабрики художніх виробів.

У 1960–80-х рр. Л. Товстуха створив серію килимів «Пори року», у яких за допомогою орнаменту і сполучень кольорів відтворив характерні настрої. Килими Олександра Бабенка приваблюють оригінальним вирішенням, тонким відчуттям колориту, емоційним настроєм, до його робіт відносяться: «Весна», «Святі весни», «Прозора осінь»¹.



Рис. 4. Килим «Дерево життя». Майстер О. Бабенко. Джерело: <https://aucsecw.org.ua/kylymarstvo>

Але проблема таких товарів лишається в тому, що серед українців зацікавленість виробами handmade на сьогодні не є дуже високою.

¹ Товстуха Л. Сучасний стан полтавсько-решетилівського килима і його перспективи. Українська керамологія: Нац. наук. щоріч. Опішня, 2002, кн. 2, с. 105–106.

Наприклад серед країн, де показник поціновувачів handmade виробів найвищий – це Швейцарія та Сполучені Штати Америки¹.

Якщо в першій названій країні такий показник зумовлено високим рівнем життя та культурою купівлі продукту зробленого руками, то у США – цінують енергетику ручної праці. В Сполучених Штатах достатня кількість людей самі займаються цим, звідси і висока цінність до таких предметів.

Щодо України, то зацікавленість у виробках handmade є, але попит очкує кращого. Наприклад, середня ціна тканого гобелена не завжди є досяжною для пересічного українця. Тим більш, на теперішній час, цей предмет не є життєво необхідним, тому і відходить на другий план².

Проблемою Решетилівки є слабо розвинений туризм для знайомства з ремеслами. Потік екскурсій до решетилівської майстерні загалом представлений школярами, рідше дорослі групи. Але дуже часто екскурсія до Решетилівки є додатковою, тобто, не основною. Екскурсія передбачає огляд майстерні, споглядання роботи майстрів, та виставкова зала з готовими виробами та сувенірами. В середньому така екскурсія триває двадцять – тридцять хвилин. Але як стверджують працівники майстерні, екскурсія та ознайомлення з народними промислами, може тривати довше, аби лиш було бажання у екскурсійної групи.

Головним заходом, який приурочений народним промислам містечка Решетилівка є захід «Решетилівська весна», який поступово переростає в щорічне свято народної творчості і традиційно проходить 6 травня.

На святі представлено: виставка – продаж робіт майстрів народної творчості як з Решетилівки, так і майстрів з Полтави, майстер-класи із живопису, ручного килимарства, вишивки, гончарного мистецтва, виготовлення та оздоблення із пряничного та медового тіста.

¹ Гришина О. Украинский handmade: как работает, что нужно знать перед началом бизнеса. [[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ubr.ua/business-practice/own-business/ukrainskii-handmade-kak-rabotaet-cto-nujno-znat-pered-nachalom-biznesa-419979>

² Там само.

Виставка «Решетилівська весна» започатковувалась як демонстрація декоративно-вжиткового мистецтва, а переросла у художню, в справжній фестиваль.

Таким чином, осередки народних промислів як складова духовної культури українського народу є одним з основних засобів збереження народних традицій, пізнання власної країни, формування гордості за її культурні надбання.

*Національний Сорочинський ярмарок
(с. Великі Сорочинці Полтавської області)*

Він виступає найбільшим в Україні і найвідомішим за її межами ярмарково-виставковим заходом. Його унікальність полягає у тому, що ярмарок зберігся з XVIII століття, припиняв свою діяльність, відроджувався і нині проводиться на своєму історичному місці.



Рис. 5. Старий ярмарок (Джерело: <https://yarmarok.in.ua/about/istoriia-iarmarku>)

Відбувається ярмарок традиційно один раз на рік в передостанній тиждень серпня, на площі в шістнадцять гектарів під відкритим небом в центрі села Великі Сорочинці Миргородського району Полтавської області.

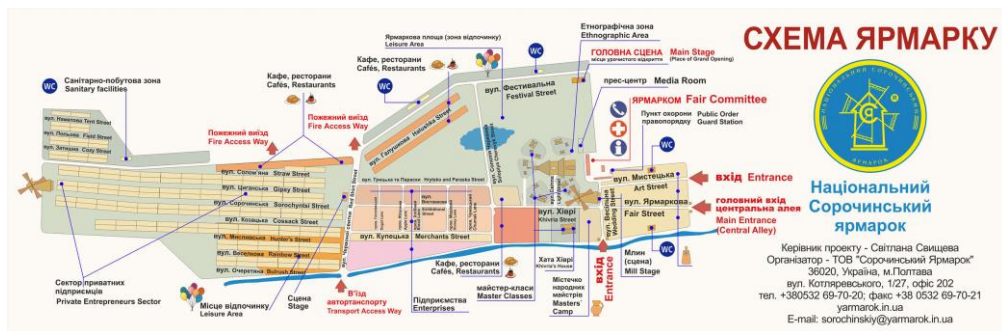


Рис. 6. Національний Сорочинський ярмарок. План-схема (Джерело: <https://yarmarok.in.ua/>).

Щороку участь у ярмарку беруть понад тисячу підприємств, приватних підприємців, майстрів народних промислів, закладів громадського харчування та розваг. На сьогодні Національний Сорочинський ярмарок – це єдиний в Україні захід, відвідування якого дає якнайповніше уявлення як про нашу державу, так і про її народ, його економіку, історію і культуру. Територія ярмарку поділена на сектори. Особлива гордість організаторів ярмарку - це етнографічна територія та містечка майстрів¹.

На етнографічній території знаходяться відтворені чи реконструйовані будинки сільських жителів України XVIII–XIX століть (різного соціального статусу – багатіїв, середняків, бідняків), в кожному з яких є етнографічна експозиція, в якій представлені меблі, посуд, одяг та інші побутові артефакти тієї чи іншої історичної епохи. Експозиції постійно поповнюються за рахунок придбань, здійснених організаторами в ході етнографічних експедицій.

Найяскравіші уявлення про традиційні народні промисли та мистецтва дозволяють скласти повне уявлення два містечка, всіх без винятку регіонів України. Переважна більшість представлених там виробів – ручної роботи, дуже високої якості. Секрети їх виготовлення зберігаються у сім'ях чи в окремих населених пунктах і передаються з покоління в покоління протягом уже кількох століть. Це вироби з дерева, кістки, глини, каменю, інших природних матеріалів. Широко представлені всі школи традиційної

¹ Сайт Сорочинський ярмарок. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://yarmarok.in.ua/>

української вишивки, шиття, плетіння, ткацтва. Багато картин, написаних народними художниками. Є плетіння з лози, бісеру, дивної краси речі, виковані ковалями.

Сорочинський ярмарок – гарне місце спробувати самому навчитися ремеслу та ознайомитися з технікою виконання з середини. Тож, для більшого зацікавлення відвідувачів ярмарку, на локації решетилівської майстерні відведено таке місце. Оснащене воно аналогічним станком, на якому виконується ткання гобелену, але за розмірами він набагато менший.

На цьому станку протягнуті нитки основи, на які набивається малюнок з кольорових ниток. Бажаючий сідає за станок, під керівництвом майстра та за ескізом починає виконання роботи.

На перший погляд виконання такого виробу, як гобелен, виглядає дуже легким, але перших спробах стає зрозуміло, що для такої роботи необхідно багато часу практики та тренувань.

У вітчизняних та іноземних туристів існує стійкий попит на вироби місцевих народних промислів, сувенірну продукцію, задоволення якого висуває на порядок денний питання про систему її реалізації. Вироби народних майстрів мають реалізовуватися не тільки під час всеукраїнських та регіональних фольклорних фестивалів і свят, а й через розгалужену мережу спеціалізованих крамниць і салонів.

Тож, впевнено можна сказати, що Сорочинський ярмарок найбільша етнотуристична локація, яка популяризує ручні вироби.

Виготовлення виробів народними майстрами, розвиток сувенірної продукції впродовж останніх двох десятирічч зазнало кардинальних організаційних змін і часткової руйнації, держава лише починає формувати свою політику щодо збереження, відродження й розвитку цього сегменту традиційної народної культури українців.

Підприємства з виробництва мистецької і сувенірної продукції у більшості своїй змінили форму власності. Роботі малих підприємств

(суб'єкти народних художніх промислів) та приватним виробникам продукції не було створено сприятливих умов для роботи у ринкових умовах. Приватні суб'єкти народних художніх промислів не можуть розраховувати на державну підтримку (пільгове оподаткування, кредитування, реалізація у державній мережі галерей, салонів-магазинів)¹.

З метою вирішення проблем розвитку осередків народних промислів держава активно співпрацює з громадською організацією «Національна спілка майстрів народного мистецтва України». Через відсутність фінансування нереалізованими залишилися законодавчі ініціативи щодо розвитку осередків народних промислів.

В умовах сучасного розвитку України, насиченості ринку товарами та послугами, розвитку торгівлі на цивілізованому рівні XXI століття, актуальність та привабливість Національного Сорочинського ярмарку полягає в тому, що він перетворився в центр народної культури, ручної праці та дипломатії і розвивається саме в цьому напрямку. Саме та такий сфері можлива подальша популяризація народних промислів та виробів виконаних руками майстрів.

Підсумовуючи, важливо зазначити, що Полтавщина відноситься до небагатьох областей України, де етнічна складова туризму розвивалася системно ще від радянських часів, зокрема від початку 1970-х років, базуючись на традиціях народних промислів та тематиці творів М. Гоголя, історико-краєзнавчих та літературно-меморіальних музеїв м. Полтави.

В часи незалежної України відбулися процеси як занепаду державної мережі готельно-ресторанного господарства так і відкриття аграрних садиб, приватних закладів харчування в туристично-привабливих містах і селах. Це розширило економічний вплив туристичної сфери, до неї долучилося широке коло осіб, які займаються підприємницькою діяльністю.

¹ Кузьмук О. Осередки народних промислів як об'єкти туризму та чинник актуалізації національної культурної спадщини. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/November09/11.htm>

Низка державних обласних програм з розвитку туризму в м. Полтаві та Полтавській області, особливо від початку 2000-х років, спрямовані на системний розвиток стенографічного на території цього славетного краю.

Запитання для самоконтролю

- 1. Дайте визначення терміну «етнокультурний міф».*
- 2. Охарактеризуйте міфи позитивні та деструктивні.*
- 3. Як археологічні території характеризують етнокультурну складову?*
- 4. Які археологічні пам'ятки репрезентовані в етнотуризмі Полтавщини?*
- 5. Які центри народних промислів та культури Полтавщини внесені до Національного переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України*

Завдання для самостійної роботи

- 1. Знайти та проаналізувати 5 етнотуристичних міфів Полтавщини.*
- 2. Розробити новий етнотуристичний маршрут Полтавщиною.*
- 3. Визначити нові об'єкти етнокультурної спадщини, на основі яких можна розробити конкурентний туристичних продукт.*
- 4. Підготувати характеристику етнотуристичного потенціалу населених пунктів Полтавщини (за вибором студента).*

ЗАКЛЮЧЕННЯ

Цей навчальний посібник розкриває лише окремі теми навчальної дисципліни «Етнотуризм», яка складається з теоретико-методологічних аспектів, аналізу сучасного стану українського села з точки зору зайнятості, міграційних процесів та попередження депопуляції. Це нормативний матеріал для опанування основними темами Змістового модулю 1 «Становлення та розвиток етнотуризму. Етнотуризм в Україні» даного навчального курсу.

В посібнику представлені окремі аспекти політики і практики Європейського Союзу щодо економічного піднесення депресивних територій; підтримка міжнародних організацій із долучення сільських громад до розвитку туристичних послуг в українських селах, та перших отриманих результатах на прикладі Карпатського регіону. Розглянуто недостатньо вивчені проблеми соціально-психологічних контактів під час етнотуристичних подорожей та економічну складову туристичної діяльності окремих етнічних громад.

За останні роки важливі зміни відбулися в модернізації існуючої дорожньо-транспортної інфраструктури, реалізації державних програм з просування туристично привабливих територій, підтримці фермерських господарств, що безпосередньо впливає на покращення благоустрою сільських територій та їхньої туристичної привабливості.

Аналіз даної теми дозволяє наголосити на тому, що діяльність підприємств та установ, пов'язаних з наданням етнотуристичних послуг потребує змін з урахуванням інтересів відвідувачів. Зокрема, це гнучкий графік роботи відповідно до туристичного сезону, дозвіл на розширення комерційних послуг у таких установах, як етнографічні музеї (зокрема можливість продажу музейних предметів, які є в достатній кількості в музейній колекції), це податкові пільги на діяльність в сфері внутрішнього туризму з метою розвитку цього бізнесу, який популяризує історико-етнографічну спадщину України та має значний виховний вплив.

ГЛОСАРІЙ

ГІДИ-ПЕРЕКЛАДАЧІ, ЕКСКУРСОВОДИ, СПОРТИВНІ ІНСТРУКТОРИ, ПРОВІДНИКИ ТА ІНШІ ФАХІВЦІ ТУРИСТИЧНОГО СУПРОВОДУ – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом, крім осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування;

ЕКСКУРСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ – це подорожі, тривалість яких не перевищує 24 години, у супроводі екскурсовода (гіда-перекладача), за заздалегідь складеним та затвердженим маршрутом для ознайомлення з пам'ятками історії, культури об'єктами туристичного показу .

ЕТНІЧНИЙ ЛАНДШАФТ – це образ простору, який етнос освоїв духовно та матеріально, надавши його місцям і конфігураціям стійких символічних значень. Формування етнічних ландшафтів пов'язане з виробленням у етносу певних пристосувань до довкілля, які проявляються у створенні певних способів природокористування. Внаслідок їх застосування оточуючий ландшафт набуває етнічних рис, перетворюється на етнічний.

ЕТНОГРАФІЧНИЙ ТУРИЗМ – відвідування етнографічних об'єктів для пізнання культури, архітектури, традицій, мистецьких форм, побуту того або іншого народу (етносу), що проживає зараз або проживав коли-небудь на цій території. Його основою є етнографічні об'єкти (матеріальні й духовні), що містять інформацію про етнічні прояви традиційно-побутової культури за умови їхнього використання для виробництва туристських послуг і задоволення потреби в екскурсійному туризмі, а також етнографічні музеї, музеї під відкритим небом; етнографічні села; етнічні ансамблі, етнографічні свята, народні промисли та ремесла.

ЕТНОКУЛЬТУРНИЙ ЛАНДШАФТ – це антропогенний ландшафт, структура якого формувалася під впливом моно-(поліетнічної) формації у стратах етнохронотопу і представлена сучасними історико-культурними артефактами і реліктами

ЕТНІЧНИЙ МІФ – це форма концептуалізації етнотуристичного простору.

ЕТНОФОР – індивідуальний носій певної етнічної культури. Це своєрідна модель особи, в якій зосереджені тільки етнічні елементи та взаємозв'язок між ними. Етнофор формується в результаті етнізації. Завдяки прилученню до мови, до різних проявів етнічної культури, до норм поведінки та оцінки навколишнього світу, а також до самої себе, особа набуває етнічних якостей, стає їх носієм.

ЕТНОТУРИСТИЧНА ПРИДАТНІСТЬ ТЕРИТОРІЇ – це сукупність етнічних туристичних ресурсів, а також сфери гостинності, харчування, зв'язку та транспортного сполучення, розташованих в межах даної території, які в сукупності надають можливість організації туристичних послуг з метою задоволення етнотуристичних потреб відвідувачів.

СУПУТНІ ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ ТА ТОВАРИ – послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких несуттєво скоротиться без їх реалізації туристам;

ТИПИ ДЕСТИНАЦІЙ – континент; міжнародний регіон (частина континенту або континентів); країна; туристичний регіон (район, зона); туристичний центр або місцевість (місто, курорт, національний парк тощо).

ТУРИСТСЬКІ ВИТРАТИ - споживчі витрати відвідувача, які пов'язані із забезпеченням його потреб як туриста, і здійснені ним (або від його імені) перед, протягом та після поїздки та у місцях відвідання.

ТУРИСТСЬКА ЛЕГЕНДА – це завершений лаконічний літературний твір, оснований на раціональній та емоціональній інтерпретації інформації

про побутування етнічної спільноти, що використовується в туристичній діяльності.

ТУРИСТИЧНИЙ МІФ – це частина народної міфології, які використовується в туризмі.

ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ – попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо).

ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ УКРАЇНИ – це пропоновані або такі, що можуть пропонуватися, туристичні пропозиції на основі та з використанням об'єктів державної, комунальної чи приватної власності.

ТУРИСТСЬКЕ СПОЖИВАННЯ – споживання вироблених різними галузями економіки товарів та послуг для задоволення потреб туристів. У грошовому вимірі це вартість сукупності товарів та послуг, що споживаються туристами (відвідувачами) для задоволення туристських потреб.

ФІЗИЧНО-ДОПУСТИМЕ НАВАНТАЖЕННЯ МІСЦЕВОСТІ – це рівень відвідуваності туристичної дестинації або конкретного туристичного об'єкту, перевищення якого призводить до її фізичної руйнації.

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА В СФЕРІ ТУРИЗМУ – передбачає створення ефективної інституційної інфраструктури туристичного ринку, яка оптимальним чином поєднує ринкові свободи суб'єктів туристичного ринку, регулюючі функції держави і координуючі дії органів саморегулювання в туризмі.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. К.: ВПЦ «Київський університет», 2001.
2. Борисенко В. К. Українська етнологія: Навч. посібник /За ред. В. Борисенко. К.: Либідь, 2007.
3. Вишневська Г. Г. Українські фестивалі як засіб просування позитивного іміджу країни. Культурологічна думка, 2016. №10. С. 235–242.
4. Виткалов С. В. Фестивальний рух як культурний феномен сучасності: аналіз регіонального вектора. Культура України, 2016. № 52. С. 182–190.
5. Воловик В. М. Етнокультурні ландшафти: регіональні структури і природокористування. Вінниця: ТОВ Вінницька міська друкарня, 2013.
6. Грабовська К., Герман О. Концепція «глобального села» М. Г. Маклюєна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/18516/2/Mig_nauk_conf_2016_Hrabovska_K-Conception_of_global_village_41-42.pdf
7. Данилюк А. Г. Народна архітектура Бойківщини. Житлове будівництво. Львів: НВФ «Українські технології», 2004.
8. Дутчак О. Теоретико-методологічні проблеми українського етнотуризму: історіографія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Users/Usr/Downloads/Vpu_ist_2013_23-24_44.pda
9. Жук А. Сучасні українські художні тканини. К.: Наук. думка, 1985.
10. Жук В. Н., Пустовіт П. М. Наш рідний край. Полтавська область (історико-статистичний нарис). Вип 10. Полтава: Друкарня видавництва «Полтава».
11. Запаско Я. П. Українське народне килимарство. К.: Мистецтво, 1973.
12. Захарчук-Чугай Р. Українська народна вишивка : Західні області УРСР. К.: Наук. думка. 1988. .
13. Кара-Васильєва Т. В., Чорноморець А. Д. Українська вишивка К. : Либідь, 2002.
14. Кара-Васильєва Т. Полтавська народна вишивка. К.: Наук. думка, 1983.
15. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкен Дж. Гостеприимство и туризм. Учеб. пособие для вузов / Пер с англ. М.: ЮНИТИ, 1998.

16. Країнознавство: підручник / В. П. Крижанівський, М. С. Дорошко, В. І. Головченко та ін. ; за ред. М. С. Дорошка. 2-ге вид., перероб. і допов. К.: Знання, 2012.
17. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму: навч. посіб. К.: Знання, 2011.
18. Крипчук М. В., Касьяненко А. С. Сучасні етнофестивалі Харківщини: традиції, досвід, сьогодення. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, 2019. № 2. С. 396–401.
19. Кузік С. П. Географія туризму. Навчальний посібник. К.: Знання, 2011.
20. Любіцева О. О., Панкова В. Є., Стафійчук В. І. Туристичні ресурси України. К.: Знання, 2007.
21. Немець Л. М., Кулешова Г. О., Соколенко А. В. Туристсько-рекреаційні ресурси світу: навчально-методичний посібник. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015.
22. Орлова М. Л. Ресурси етнічного туризму регіону: суспільно-географічна оцінка (на матеріалах Одеської області). Автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Спеціальність 11.00.02. – економічна та соціальна географія. Одеський нац. ун-т імені І. І. Мечнікова. Одеса, 2009.
23. Основи туристичного бізнесу: навч. посібник /Мальська М. П, Худо В. В., Цибух В. І. К.: ЦНЛ, 2004.
24. Парфіненко А. Ю. Туристичне країнознавство. Навчальний посібник. Харків: Бурун-книга, 2009.
25. Петрик Н. А., Олексійчук Т. В. Етнічний туризм: зміст, особливості та форми. Наукові записки Вінницького педуніверситету. Сер. Географія. 2010. Вип. 20. С. 210–214.
26. Покоłodна М. М., Семків М. О. Етнографічний туризм: особливості, географія та ресурсний потенціал (на прикладі України). Міжнародний науковий журнал «Інтернаука» 2018. № 1/20. С. 10–19.
27. Прибега Л. Дерев'яні храми Українських Карпат. К.: Техніка, 2007.
28. Рожнова В., Терес Н. Проблеми і перспективи розвитку етнотуризму: український та зарубіжний досвід. Етнічна історія народів Європи. 2013. Вип. 39. С. 35–44.

29. Розвиток українського етнотуризму: проблеми та перспективи: [Текст]: Зб. матер. IV Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених (Львів, 25 лютого 2016 р.) / Міністерство освіти і науки України, Львівський інститут економіки і туризму. Львів : ЛІЕТ, 2016.
30. Смаль. І. В. Туристичні ресурси світу. Ніжин: Вид-во держ. університету ім. Миколи Гоголя, 2010.
31. Соціальна інфраструктура села. Навчальний посібник / За ред. П. Т. Саблука, М. К. Скарлатого, К.: Інститут аграрної економіки УААН, 2002.
32. Сучасні тенденції та інноваційні напрями розвитку туристичних дестинацій. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції / Гол. ред. К. Д. Гурова, ред. Колегія: Олійник Н. Ю., Яковчук О. В. та ін. Харків: Цифра-Принт, 2019.
33. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму /В. К. Федорченко, В. С. Пазенок, О. А. Кручек та ін. К.: ВП «Академія», 2013.
34. Фурдичко А. Етнофестивальний розквіт кінця ХХ – початку ХХІ ст. як неодмінна складова фольклорного руху України. Народознавчі зошити, 2018. №142/4. С. 1000–1008.
35. Чернецька С. Фольклорні фестивалі в системі сучасних засобів поширення етнографічної інформації та популяризації культурно-мистецької спадщини. Культура України, 2011. Вип. 35. С. 155–164.
36. Яковлев О. В. Фестивальний рух як чинник інтеграції та збереження національного культурного ландшафту. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, 2018. № 4. С. 56–59.
37. Hitchcock, M. (1999), Tourism and Ethnicity: Situational Perspective, *International Journal of Tourism Research*, 1, 17–32.
38. King B. (1994), What is ethnic tourism? An Australian perspective, *Tourism management*, 15 (3), 173–176.
39. Pitchford, S. R. (1995), Ethnic tourism and nationalism in Wales. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 35–52.
40. Smith, V. (1989), Hosts and Guests: the Anthropology of Tourism, 2nd ed. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

41. Zadel Z., Sinisa B. (2013), Economic impact of cultural tourism. *UTMS Journal of Economics* 4 (3): 355–366.